



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Teori memiliki peranan yang sangat krusial untuk memberikan fondasi yang valid dalam menjelaskan variabel-variabel penelitian. Oleh karena itu, konsep dan teori yang mendasari penelitian ini adalah sebagai berikut.

2.1.1 Pengertian Persepsi Risiko

Persepsi merupakan langkah-langkah yang dilkakukan, di mana kita mengatur, memilih, dan menginterpretasikan informasi yang diterima untuk membentuk pemahaman yang bermakna tentang dunia. Poin pentingnya bukan hanya terbatas pada respons terhadap rangsangan fisik, tetapi juga melibatkan pengaruh rangsangan di lingkungan sekitar dan kondisi internal kita (Andjarwati, 2019). Risiko didefinisikan sebagai kemungkinan terjadinya hasil yang tidak diinginkan, sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang berpotensi menghasilkan hasil negatif dan berhubungan dengan kemampuan untuk memperkirakan peluang terjadinya hasil negatif tersebut (Sudirman dkk., 2024). Persepsi risiko merujuk pada pandangan dan keyakinan masing-masing individu tentang kemungkinan terjadinya sesuatu yang menyimpang dan menghasilkan konsekuensi yang tidak diinginkan (Tanuwijaya & Arifin, 2023).

Konsumen sering mengandalkan penilaian pribadi mereka untuk menentukan apakah suatu hal berisiko atau tidak, yang dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan tingkat keterlibatan mereka. Persepsi Risiko memiliki dampak moderatif pada perilaku konsumen karena mereka berupaya menghindari kesalahan (*risk avoidance*) (Riset Pemasaran dan Konsumen, 2018). Risiko yang dirasakan seringkali menjadi hal-hal yang dipertimbangkan oleh konsumen atau pelanggan saat memutuskan untuk membeli suatu produk. Risiko yang terkait dengan pembelian atau penggunaan produk tertentu dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli produk tersebut (Tanuwijaya & Arifin, 2023).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.1.2 Indikator Persepsi Risiko

Terdapat 5 indikator yang dapat dipersepsikan untuk mengukur tingkat risiko, diantaranya adalah:

1. *Financial Risk* (Risiko Keuangan)

Merujuk pada kemungkinan mengalami kehilangan uang yang dapat timbul sebagai hasil dari penggunaan *mobile banking*.
2. *Social Risk* (Risiko Sosial)

Berkaitan dengan dampak penggunaan *mobile banking* terhadap reputasi sosial nasabah.
3. *Performance Risk* (Risiko Kinerja)

Merupakan ketidakpastian mengenai apakah aplikasi *mobile banking* akan berfungsi sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh nasabah.
4. *Time and Convenience Risk* (Risiko Waktu dan Kenyamanan)

Mencakup kekhawatiran bahwa menggunakan *mobile banking* mungkin memakan waktu lebih lama atau menjadi kurang nyaman dibandingkan metode perbankan tradisional.
5. *Physical Risk* (Risiko Fisik)

Mencakup kekhawatiran tentang potensi kerusakan fisik yang dapat terjadi saat menggunakan perangkat untuk *mobile banking* seperti termasuk risiko kehilangan atau kerusakan *handphone* yang mengakibatkan adanya potensi perentasan data pribadi jika *handphone* jatuh di tangan yang salah (Haryani dkk., 2019).

Ada lima kriteria atau metrik yang dapat digunakan untuk menilai tingkat risiko yang dipersepsikan oleh nasabah. Indikator tersebut meliputi risiko keuangan, risiko sosial, risiko kinerja, risiko waktu dan kenyamanan, dan risiko fisik. Dengan memperhitungkan semua indikator ini, nasabah dapat membuat keputusan yang lebih baik dan mengurangi risiko yang mungkin terjadi dalam penggunaan *mobile banking*.

2.1.3 Pengertian Kemudahan

Persepsi kemudahan penggunaan adalah pandangan seseorang bahwa menggunakan suatu teknologi tidak memerlukan usaha besar dan dapat dilakukan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dengan mudah serta efisien (Ernawati & Noersanti, 2020). Faktor kenyamanan, mulai dari proses pendaftaran hingga pelaksanaan transaksi sehari-hari, memainkan peran penting dalam menarik minat nasabah terhadap sebuah bank. Fasilitas akses yang mudah, seperti jaringan cabang yang luas, ATM yang mudah dijangkau, dan aplikasi perbankan online yang ramah pengguna, menjadi nilai tambah yang diinginkan oleh nasabah (Purwo, et al., 2022).

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu pertimbangan penting bagi calon nasabah. Dalam pengertian di atas, kemudahan mengacu pada seberapa mudahnya seseorang merasa teknologi informasi dapat dipahami dan digunakan. Faktor ini terkait dengan proses transaksi yang mudah. Ketika pertama kali melakukan transaksi, calon nasabah sering mengalami kesulitan, yang dapat disebabkan oleh kekhawatiran akan risiko atau ketidaknyamanan. Hal ini bisa membuat mereka ragu untuk melanjutkan proses transaksi. Namun, beberapa calon nasabah mungkin tetap mencoba karena mereka telah mendapatkan informasi yang memadai.

2.1.4 Indikator Kemudahan

Terdapat lima indikator yang dapat mengukur terhadap kemudahan penggunaan, yang terdiri dari (Ernawati & Noersanti, 2020) :

1. Mudah dipelajari

Kualitas sebuah sistem dapat dilihat dari tingkat kemudahan dalam mempelajarinya. Jika suatu sistem terlalu rumit untuk dipelajari, pengguna cenderung enggan menggunakannya. Kemudahan dalam memahami teknologi menjadi salah satu faktor yang menentukan persepsi kemudahan penggunaannya.

2. Dapat dikontrol

Kemudahan sebuah sistem terlihat dari kemampuannya untuk dikendalikan sesuai keinginan pengguna, memungkinkan mereka menemukan apa yang mereka inginkan.

3. Fleksibel

Sistem yang fleksibel akan sangat memudahkan pengguna, karena mereka dapat menyesuaikannya dengan kebutuhan pribadi atau kerja.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Mudah digunakan

Kemampuan pengguna untuk dengan cepat menguasai suatu sistem menunjukkan seberapa mudahnya sistem tersebut digunakan. Hal ini tercermin dari waktu yang diperlukan seseorang untuk menguasai teknologi tersebut.

5. Jelas dan mudah dipahami

Sistem yang sederhana dan mudah dimengerti oleh pengguna.

Kesimpulan dari lima indikator di atas adalah bahwa kualitas sebuah sistem sangat dipengaruhi oleh seberapa mudah pengguna dapat mempelajarinya, kemampuannya untuk dikontrol sesuai keinginan pengguna, fleksibilitasnya, kemudahan pengguna dalam menguasainya, serta kejelasan dan kemudahan pemahaman sistem itu sendiri. Sistem yang memenuhi kriteria ini akan lebih disukai oleh pengguna karena memberikan pengalaman pengguna yang efektif dan memberikan kepuasan yang lebih besar. Maka dari itu, pengembangan sistem perlu memperhatikan aspek-aspek ini dalam merancang dan mengembangkan produk mereka agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan pengguna.

2.1.5 Pengertian *E-Service Quality*

Penting bagi setiap perusahaan khususnya bank untuk memberikan perhatian khusus terhadap kualitas pelayanan kepada konsumen. *Service Quality* adalah penilaian sejauh mana apa yang diterima konsumen sesuai dengan harapan mereka, yang dapat bersesuaian atau bertentangan. Bagi perusahaan jasa khususnya perbankan, tuntutan konsumen mendorong perusahaan untuk menyediakan pelayanan dengan kualitas yang baik, yang tidak hanya membedakan perusahaan dari pesaing, tetapi juga membentuk citra unik bagi perusahaan tersebut. Kualitas Layanan merupakan reaksi pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat tercermin dalam berbagai bentuk dan cara yang berbeda, sebagai respons alami dari persepsi pelanggan terhadap perusahaan (Chandra, 2020).

E-Service Quality merupakan evolusi modern dan dianggap sebagai model yang paling komprehensif dan integratif dalam menilai secara menyeluruh kualitas pelayanan yang disampaikan melalui *platform website*. Peningkatan *e-service quality* yang diterapkan oleh bank bertujuan untuk mempertahankan loyalitas



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nasabah dan salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan memastikan kepuasan pelanggan yang tinggi. (Zeithaml, et al., (2018)

2.1.6 Indikator *E-Service Quality*

Terdapat empat dimensi dalam mengevaluasi fitur digital yang dapat digunakan, yaitu;

1. Efisiensi (*Efficiency*)

Efisiensi menunjukkan seberapa mudahnya bank menerapkan teknologi yang digunakan untuk nasabah.

2. Reabilitas (*Reability*)

Reabilitas erkait dengan fungsi teknologi yang bersangkutan, terutama sejauh mana teknologi tersebut dapat diakses dan berfungsi sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah.

3. Ketersediaan Sistem (*System Availability*)

Ketersediaan Sistem dalam perbankan berarti bank memiliki teknologi yang handal, aman, dan mudah diakses untuk memenuhi seluruh kebutuhan nasabah dengan baik.

4. Kompensasi (*Compensation*)

Seberapa baik kompensasi yang diberikan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh nasabah (Zeithaml, et al., (2018).

Kesimpulan dari empat dimensi yang telah dijelaskan, yaitu Efisiensi, Reabilitas, Ketersediaan Sistem, dan Kompensasi, adalah bahwa kualitas layanan teknologi dalam industri perbankan mempunyai efek yang besar terhadap pengalaman serta kepuasan pelanggan. Efisiensi menyoroti kemudahan penerapan teknologi oleh bank untuk kebutuhan nasabah, sementara Reabilitas menekankan pentingnya fungsi teknologi yang dapat diandalkan sesuai dengan harapan nasabah. Ketersediaan Sistem menggambarkan sejauh mana teknologi bank dapat memenuhi kebutuhan nasabah secara konsisten. Terakhir, Kompensasi mencakup respons bank dalam mengatasi masalah yang mungkin dihadapi nasabah terkait dengan teknologi. Upaya untuk meningkatkan dan menjaga kualitas dalam keempat aspek ini akan membantu bank memperkuat kepercayaan, membangun loyalitas, dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

meningkatkan kepuasan nasabah, yang akan dapat menguntungkan pertumbuhan dan reputasi bank dalam jangka panjang.

2.1.7 Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan dapat diidentifikasi melalui tanda-tanda seperti melakukan pembelian secara rutin untuk produk atau jasa tertentu dari lini yang ditawarkan oleh perusahaan yang sama, memberikan testimoni positif mengenai kepuasan dari perusahaan, serta menunjukkan resistensi terhadap tawaran dari pesaing usaha (Griffin, 2016). Loyalitas adalah komitmen kuat untuk secara konsisten membeli kembali produk dan jasa yang disukai di masa mendatang. Kesetiaan dan kesediaan konsumen untuk terus membeli dari pengecer yang sama terjadi ketika konsumen puas dengan kinerja perusahaan (Nurudin, 2017). Loyalitas nasabah dapat dibangun dengan mengimplementasikan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) yang efektif (Febi & Nurudin, 2018).

Loyalitas pelanggan terbentuk ketika mereka memilih untuk terus menggunakan suatu produk atau layanan. Hal tersebut berdampak pada stabilitas finansial perusahaan. Pentingnya loyalitas ini juga menandakan bahwa pembelian produk atau jasa merupakan langkah awal dalam proses terbentuknya loyalitas. Dalam penelitian ini, istilah pelanggan sama dengan nasabah. Kehadiran loyalitas nasabah dalam suatu perusahaan mempunyai signifikansi yang besar karena dapat memberikan kontribusi positif terhadap kinerja keuangan perusahaan dan menjaga kelangsungan operasionalnya. Nasabah yang loyal adalah mereka yang secara berulang mengunjungi bank yang sama untuk memenuhi kebutuhan mereka terkait perolehan produk atau layanan perbankan (Triyanti dkk., 2021).

Berdasarkan uraian teori di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah elemen yang dapat diidentifikasi melalui kebiasaan pembelian rutin, testimoni positif, dan resistensi terhadap pesaing. Loyalitas ini mencerminkan komitmen kuat untuk terus membeli produk dan jasa dari perusahaan yang sama, didorong oleh kepuasan konsumen terhadap kinerja perusahaan. Implementasi sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) yang efektif dapat membantu membangun kesetiaan nasabah. Loyalitas yang terbentuk tidak hanya meningkatkan stabilitas finansial perusahaan tetapi juga memastikan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

keberlangsungan operasionalnya. Dalam konteks perbankan, nasabah yang loyal adalah mereka yang secara konsisten menggunakan layanan bank yang sama, memberikan kontribusi positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

2.1.8 Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut (Kotler, Keller, & Lane, 2018) terdapat tiga indikator yang digunakan untuk mengukur variabel Loyalitas Konsumen, yaitu:

1. Pembelian Berulang

Tindakan pembelian secara berulang menandakan perusahaan yang sukses menjadikan produknya eksklusif bagi konsumen.

2. Memberikan Rekomendasi kepada Orang Lain

Konsumen yang memiliki loyalitas tinggi memiliki potensi besar memberikan rekomendasi sekaligus merekomendasikan produk kepada orang lain, menjadi pengiklan melalui mulut untuk perusahaan.

3. Menolak produk lain

Penolakan produk yang biasanya terkait erat dengan merek atau perusahaan tersebut, mencerminkan kembali keinginan untuk membeli produk yang sama dari perusahaan tersebut.

Dalam rangka memperkuat posisi pasar dan meningkatkan reputasi, pembelian berulang, rekomendasi kepada orang lain, dan penolakan terhadap pesaing merupakan indikator penting dari loyalitas konsumen. Perusahaan yang berhasil menciptakan produk yang menghasilkan pembelian berulang dan mendapatkan rekomendasi dari konsumen loyal memiliki keunggulan kompetitif yang kuat. Selain itu, loyalitas terhadap merek atau perusahaan tertentu ditunjukkan dengan menolak produk lain.

2.1.9 Pengertian *Mobile Banking*

Mobile Banking merupakan layanan perbankan *mobile* dapat diakses secara langsung melalui telepon GSM melalui SMS (*Short Message Service*) (Ikatan Bankir Indonesia (IBI), 2017). *Mobile Banking* secara luas didefinisikan adalah layanan perbankan yang memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi finansial melalui smartphone atau gadget lainnya yang memiliki konektivitas internet.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Layanan ini mencakup pembayaran tagihan, transfer uang, pembelian pulsa, dan lainnya, tanpa perlu berada di kantor bank atau tempat lainnya. *Mobile banking* merupakan bagian dari bank yang telah mengalami evolusi menjadi *Financial Service Provider* (FSP), yang tidak hanya menyimpan dan menyalurkan uang, tetapi juga mengelola keuangan nasabahnya secara keseluruhan, mencakup transfer, pembayaran tagihan, perencanaan dana pensiun, dan berbagai layanan keuangan lainnya (Utami dkk., 2022).

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dan menjadi acuan dalam penelitian ini.

1. Judul : Pengaruh Keamanan, Keandalan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan *Mobile Banking*
 Penulis : Arry Dwi Handoko dan Ronny
 Sumber : *Journal IMAGE*, Volume 9, Number 2, November 2020, page 79-91

Penelitian ini ditalarbelakangi perkembangan teknologi informasi yang mendorong tuntutan pengembangan layanan digital *banking* dalam industri perbankan, yang bertujuan meningkatkan efisiensi operasional dan pelayanan kepada nasabah. Dengan menggunakan teknik analisis *Struktural Equation Modeling* (SEM) dan *WarpPLS*, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kepuasan, keamanan, dan keandalan penggunaan *mobile banking* berdampak pada loyalitas nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menyebarkan kuesioner kepada seratus nasabah BRI di Kota Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedangkan keandalan tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian ini, penulis menyarankan BRI untuk membangun kolaborasi untuk membayar gaji karyawan melalui sistem payroll BRI. Strategi ini dianggap lebih efektif dalam meningkatkan penggunaan *mobile banking* BRI daripada pendekatan promosi individual.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Judul : Peran Pelayanan *Mobile Banking* Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah
 Penulis : Debi Triyanti, Reny Fitriana Kaban, dan Muhammad Iqbal
 Sumber : Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, Volume 2 No.1, Februari 2020

Studi ini melihat bagaimana kemajuan teknologi memengaruhi aktivitas manusia, serta betapa pentingnya layanan yang cepat dan mudah bagi pengguna yang menggunakan layanan digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menilai kualitas layanan *mobile banking* yang dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. WarpPLS digunakan untuk menentukan peran kepuasan nasabah sebagai variabel intervensi dalam hubungan antara kualitas layanan *mobile banking* dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan *mobile banking* memengaruhi kepuasan nasabah, tidak secara langsung memengaruhi loyalitas nasabah; kepuasan nasabah memediasi hubungan ini, menunjukkan bahwa kepuasan merupakan faktor penting dalam membangun loyalitas nasabah. Berdasarkan temuan ini, penulis menyarankan agar bank meningkatkan layanan *mobile banking* mereka dengan menambahkan layanan *e-commerce*, pembayaran pajak, dan opsi pembayaran tambahan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

3. Judul : Pengaruh Menggunakan *M-Banking* Terhadap Keamanan dan Kemudahan Transaksi Pada Masyarakat Cirebon.
 Penulis : Eryana Ak'nes dan Dini Selasih
 Sumber : Jurnal Ekonomi Manajemen, Vol. 18, No. 1, Juni 2023

Penelitian ini membahas perkembangan teknologi informasi dan e-bisnis dalam sektor perbankan, yang telah melahirkan layanan *mobile banking* untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah melalui kualitas layanan yang optimal. Tujuan penelitian adalah menganalisis pengaruh penggunaan *mobile banking* terhadap keamanan dan kemudahan transaksi di masyarakat Cirebon. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini meneliti dampak kemudahan akses dan penggunaan *mobile banking* dalam mendorong perbankan untuk meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan melalui percepatan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

digitalisasi. Hasil penelitian, setelah Uji Normalitas, Validitas, Reliabilitas, dan Uji T, menunjukkan bahwa layanan *mobile banking* mempengaruhi tingkat keamanan dan kemudahan transaksi di Cirebon. Penulis menyarankan kerjasama antara masyarakat dan bank untuk meningkatkan kualitas layanan *mobile banking*, di mana masyarakat memberikan umpan balik dan bank merespons dengan layanan yang optimal sesuai kebutuhan nasabah.

4. Judul : Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Resiko, Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal.

Penulis : Fuadatul Hasanah, Endah Tri Wahyuningtyas, dan Dina Anggraeni Susesti

Sumber : Jurnal Akuntansi Unesa, Vol. 10, No. 02, Januari 2022

Penelitian ini berfokus pada rendahnya partisipasi mahasiswa dalam investasi pasar modal, meskipun pasar modal menawarkan peluang investasi yang besar. Faktor-faktor yang memengaruhi minat investasi mahasiswa, seperti motivasi, persepsi risiko, literasi keuangan, dan efikasi keuangan, diteliti untuk meningkatkan minat tersebut. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dari mahasiswa aktif Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (UNUSA), dengan populasi 4.571 mahasiswa. Sampel dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling*, dengan 242 mahasiswa yang pernah terlibat dalam kegiatan terkait investasi atau pasar modal. Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi dan literasi keuangan berpengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal, sedangkan persepsi risiko dan efikasi keuangan tidak berpengaruh. Penulis menyarankan agar UNUSA mengadvokasi investasi di pasar modal, sementara Galeri Investasi (GalVest) Syariah UNUSA perlu meningkatkan kinerja dan berkoordinasi rutin dengan Bursa Efek, Perusahaan Efek, dan Manajer Investasi.

5. Judul : Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar.

Penulis : Rezki Arianty Akob dan Zulfikry Sukarno



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sumber : Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship, Vol. 11 No.2, Juni 2022

Penelitian ini membahas dampak perkembangan layanan perbankan elektronik, khususnya mobile banking, terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, yang mengakibatkan persaingan antar bank untuk meningkatkan kualitas layanan mereka dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif. Tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas layanan mobile banking mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah di bank-bank BUMN seperti Bank BRI, Bank BNI, Bank BTN, dan Bank Mandiri di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 120 nasabah melalui teknik purposive sampling. Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan mobile banking, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Penulis merekomendasikan agar bank-bank tersebut memperluas fitur-fitur layanan mobile banking mereka dengan menambahkan e-commerce, pembayaran pajak, dan opsi pembayaran lainnya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah secara keseluruhan.

6. Judul : Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan *Mobile Banking*.
 Penulis : Darma Yanti Lubis dan Sanusi Lukman
 Sumber : Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 2, No. 2 (2023)

Untuk penelitian ini, latar belakangnya adalah bahwa penggunaan layanan perbankan *mobile* terus meningkat seiring kemajuan teknologi, meskipun masih ada tantangan bagi pelanggan untuk menerima inovasi teknologi perbankan ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi konsumen tentang kegunaan, kemudahan, dan keamanan berdampak pada kepuasan mereka saat menggunakan layanan perbankan *mobile* di Bank Sumut Syariah KCP Stabat. Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data primer; kuisisioner dibagikan kepada 66 nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking*. Variabel-variabel ini berhubungan satu sama lain dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi nasabah tentang kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan mereka,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sementara persepsi mereka tentang kegunaan tidak memiliki berpengaruh. Secara keseluruhan, ketiga komponen ini bertanggung jawab atas 58% perbedaan dalam kepuasan pelanggan, dengan 42% tambahan dipengaruhi oleh komponen atau faktor lainnya. Penulis menyarankan agar bank terus meningkatkan tata kelola layanan mobile banking dengan memberikan panduan yang jelas, meningkatkan antarmuka pengguna, dan memperkuat sistem keamanan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

7. Judul : Persepsi Risiko Pada Penggunaan *M-Banking* Dalam Layanan Perbankan di Indonesia.

Penulis : Alvin Tanuwijaya dan Agus Zainul Arifin

Sumber : Jurnal Distribusi, Vol. 11 No. 2, September 2023

Latar belakang penelitian ini adalah untuk menjelaskan penggunaan *fintech* yang semakin meningkat di Indonesia yang memiliki risiko yang tinggi. Adapun tujuan penelitian adalah memastikan dan menguji bagaimana risiko operasional, risiko kinerja, serta risiko keamanan berdampak pada risiko yang dirasakan saat menggunakan *Fintech*. Model *Theory Acceptance* (TAM) digunakan dalam penelitian ini. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 545 responden di wilayah Jabodetabek yang menggunakan layanan *fintech* seperti *mobile banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko keamanan berpengaruh terhadap risiko yang dirasakan, sementara risiko operasional dan kinerja tidak memiliki pengaruh terhadap risiko yang dirasakan. Penulis memberikan saran kepada lembaga perbankan untuk memperhatikan layanan *fintech* dari perspektif risiko dengan tujuan mengurangi risiko yang mungkin dialami oleh nasabah. Dengan mengurangi risiko, nasabah kemungkinan akan lebih tertarik untuk menggunakan layanan *fintech*, terutama dalam *mobile banking* dan *internet banking*.

8. Judul : *The Effect Of Mobile Banking, Security Systems And Information Systems Among Customers' Preference Of Banks In Bahrain.*

Penulis : Sawsan Abdullatif dan Vikneswaran S/o Manual

Sumber : *International Journal of Advanced Research and Publications*
Vol, 1 Issue 4, Oct 2017



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Penelitian ini ditalarbelakangi mengenai teknologi berperan penting dalam meningkatkan performa perbankan dengan mengurangi risiko operasional dan meningkatkan efisiensi operasional. Tujuan dari penelitian ini adalah mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh sistem keamanan, sistem informasi, dan layanan perbankan. seluler terhadap preferensi pelanggan terhadap bank di Bahrain. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan jumlah responden valid adalah 204, dengan analisis data menggunakan uji t dan ANOVA. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, sistem keamanan maupun sistem informasi mempengaruhi pilihan bank bagi pelanggan di Bahrain, namun layanan perbankan seluler tidak memiliki pengaruh pada preferensi pelanggan. Hal ini dapat dijelaskan oleh kurangnya kesadaran dan resistensi terhadap perubahan dari perbankan tradisional ke perbankan *online* di kalangan pelanggan Bahrain. Selanjutnya, penelitian ini memberikan beberapa saran untuk bank lokal, Pemerintah Bahrain, Bank Sentral Bahrain, dan regulator guna meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan hasil penelitian ini.

9. Judul : *Mobile Banking Service Quality and Customer Retention among Commercial Banks' Customers: An Empirical Evidence from Southeast Nigeria.*
- Penulis : Ojiaku, Obinna Christian, Chidirim, Blessing Ngozi a , Peter Abude b and Aghara N. O. Vincent
- Sumber : Asian Journal of Economics, Business and Accounting, Volume 23, Issue 14, 2023

Penelitian ini ditalarbelakangi mengenai era ekonomi tanpa uang tunai, pelanggan kini menekankan layanan perbankan yang nyaman, handal, dan responsif. *Mobile banking* adalah salah satu dari serangkaian keajaiban teknologi mobile terbaru. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap retensi pelanggan di antara pelanggan bank komersial di Tenggara Nigeria. Metode desain penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Kemudian analisis regresi digunakan untuk memperkirakan hubungan sebab-akibat antara variabel kualitas layanan *mobile banking* dan retensi pelanggan. Hasilnya menunjukkan efek positif untuk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

responsivitas, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap retensi pelanggan sementara privasi dan kehandalan kualitas layanan mobile banking tidak signifikan. Di antara semuanya, responsivitas, kualitas sistem, dan kualitas informasi memiliki efek signifikan terhadap retensi pelanggan sementara kehandalan dan masalah privasi tidak memengaruhi retensi pelanggan dalam layanan mobile. Oleh karena itu, untuk meningkatkan retensi pelanggan, penulis memberikan saran kepada manajemen bank harus menerapkan program yang mendukung penciptaan kesadaran, kepuasan pelanggan, citra merek, dan reputasi dengan terus-menerus menilai kualitas layanan dan penyampaian layanan *mobile banking* yang diberikan kepada pelanggan mereka, serta menyediakan seperangkat komponen keamanan yang memadai dari mobile banking yang melindungi detail bank pelanggan dari kecurangan.

10. Judul : *Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia*
- Penulis : Heri Setiawan dan A.Jalaluddin Sayuti
- Sumber : *Journal of Business and Management*, Vol. 19, Issue 5. Ver. III May 2017

Penelitian ini ditalarbelakangi mengenai pariwisata di Sumatera Selatan, terutama di Palembang, tumbuh pesat dalam ekonomi lokal, tetapi penelitian mengenai kualitas layanan, kepercayaan pelanggan, citra perusahaan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan dalam pariwisata di daerah tersebut masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei. Populasi yang menjadi subjek penelitian adalah konsumen yang telah menggunakan layanan dari perusahaan tour and travel di wilayah Sumatera Selatan. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Untuk memenuhi syarat minimum analisis jalur, diambil sampel sebanyak 200 responden yang merupakan pelanggan agen perjalanan di Sumatera Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Terdapat hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen, serta antara kepercayaan dan kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hubungan juga terjadi antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen, serta antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Namun, tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan dan loyalitas konsumen. Penulis memberikan rekomendasi agar agen perjalanan di Sumatera Selatan perlu fokus lebih pada pengembangan kualitas layanan yang superior, memperkuat kepercayaan pelanggan, membangun reputasi perusahaan yang tangguh, serta memastikan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang memuaskan agar pelanggan menjadi loyal.

Adapun rangkuman penelitian terdahulu di atas, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Tedahulu

No.	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Arry dan Ronny (2020)	Pengaruh Keamanan, Keandalan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	X1 : Keamanan, X2 : Keandalan, X3 : Kepuasan, dan Y : Loyalitas Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda	<i>E-Service Quality</i> Dan Faktor Situasional memiliki hubungan yang positif dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada <i>Mandiri Syariah Mobile</i> pada masa pandemi <i>Covid-19</i> .
2.	Debi, Reny, dan Iqbal (2021)	Peran Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah	X1 : Peran pelayanan <i>mobile banking</i> Y1 : Kepuasan Y2 : Loyalitas Penelitian ini menggunakan analisis data dengan Metode <i>Partial Least Square (PLS)</i> .	Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan <i>mobile banking</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, namun tidak secara langsung memengaruhi loyalitas nasabah. Namun, kepuasan nasabah memediasi hubungan antara kualitas layanan <i>mobile banking</i> dan loyalitas nasabah, menunjukkan bahwa kepuasan nasabah merupakan faktor perantara yang penting dalam



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

				mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap bank syariah.
4.	Ervana dan Dini (2023)	Pengaruh Menggunakan <i>M-Banking</i> Terhadap Keamanan dan Kemudahan Transaksi Pada Masyarakat Cirebon.	X1 : <i>M-Banking</i> X2 : Keamanan X3 : Kemudahan Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif .	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan <i>mobile banking</i> berdampak positif terhadap tingkat keamanan dan kemudahan transaksi yang dirasakan oleh masyarakat di Cirebon.
5.	Fuadatul, Endah, dan Dina (2022)	Dampak Motivasi Investasi, Persepsi Risiko, Literasi dan Efikasi Keuangan Terhadap Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal.	X1 : Motivasi X2 : Investasi X3 : Persepsi Risiko X4 : Literasi dan Efikasi Keuangan Y : Minat Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan metode analisis linier berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi investasi dan literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa dalam berinvestasi di pasar modal, sementara persepsi risiko dan efikasi keuangan tidak memiliki pengaruh.
5.	Rezki dan Zulfikry (2022)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar.	X1 : Kualitas Layanan Y1 : Kepuasan Y2 : Loyalitas Menggunakan metode kuantitatif dan analisis linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> memiliki dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Sementara itu, kepuasan nasabah juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas mereka. Selanjutnya, terdapat pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> terhadap loyalitas, yang diantaranya dimediasi melalui kepuasan nasabah.
6.	Darma dan Sanusi (2023)	Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	X1 : Persepsi Kegunaan X2 : Kemudahan X3 : Keamanan Y1 : Kepuasan Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan metode analisis yang	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kegunaan, kemudahan, dan keamanan bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan <i>mobile banking</i> di Bank Sumut Syariah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			digunakan adalah regresi linier berganda.	KCP Stabat, dengan koefisien determinasi (R ²) sebesar 58%, sementara 42% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.
7.	Alvin dan Agus (2023)	Persepsi Risiko Pada Penggunaan <i>M-Banking</i> Dalam Layanan Perbankan di Indonesia	X1 : Persepsi Risiko Y1 : Penggunaan <i>M-Banking</i> Penelitian ini menggunakan <i>Theory Acceptance Model</i> (TAM) dengan regresi linier sederhana,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa risiko keamanan memiliki pengaruh terhadap risiko yang dirasakan, sementara risiko operasional dan risiko kinerja tidak memiliki pengaruh
8.	Sawsan dan Vikneswaran (2017)	<i>The Effect Of Mobile Banking, Security Systems And Information Systems Among Customers' Preference Of Banks In Bahrain</i>	X1 : <i>Effect Of Mobile Banking</i> X2 : <i>Security Systems</i> X3 : <i>Information Systems</i> Y1 : <i>Customers' Preference</i> Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, sistem keamanan maupun sistem informasi mempengaruhi pilihan bank bagi pelanggan di Bahrain, namun layanan perbankan seluler tidak memiliki pengaruh pada preferensi pelanggan.
9.	Christian, Ngozi, Peter, dan Aghara (2023)	<i>Mobile Banking Service Quality and Customer Retention among Commercial Banks' Customers: An Empirical Evidence from Southeast Nigeria</i>	X1 : <i>Service Quality</i> X2 : <i>Customer Retention</i> Y1 : <i>Commercial Banks' Customers</i> Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan pendekatan kuantitatif.	Hasilnya menunjukkan efek positif untuk responsivitas, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap retensi pelanggan sementara privasi dan kehandalan kualitas layanan <i>mobile banking</i> tidak signifikan. Di antara semuanya, responsivitas, kualitas sistem, dan kualitas informasi memiliki efek signifikan terhadap retensi pelanggan sementara kehandalan dan masalah privasi tidak memengaruhi retensi pelanggan dalam layanan <i>mobile</i> .
10.	Heri dan Sayuti (2017)	<i>Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer</i>	X1 : <i>Service Quality</i> X2 : <i>Customer Trust</i> X3 : <i>Corporate Image</i> Y1 : Kepuasan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan citra perusahaan memiliki



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		<i>Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia</i>	Y2 : Loyalitas Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda.	pengaruh terhadap kepuasan konsumen.
--	--	---	--	--------------------------------------

Sumber: Data diolah (2024)

2.3 Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Kerangka Pemikiran

Dengan merujuk pada teori yang ada dan penelitian sebelumnya, penulis merancang kerangka penelitian dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi resiko, kemudahan penggunaan dan *e-service quality* terhadap loyalitas nasabah. Dengan merujuk permasalahan yang terdapat di latar belakang, perlu adanya tinjauan lebih lanjut dan menguji kembali masalah tersebut. Maka ditemukannya kerangka berfikir dalam penelitian ini yaitu bahwa dengan adanya kualitas layanan yang baik diberikan oleh sutau perbankan maka akan memberikan sikap loyalitas bagi nasabah itu sendiri dan akan memberikan dampak positif untuk perbankan tersebut.

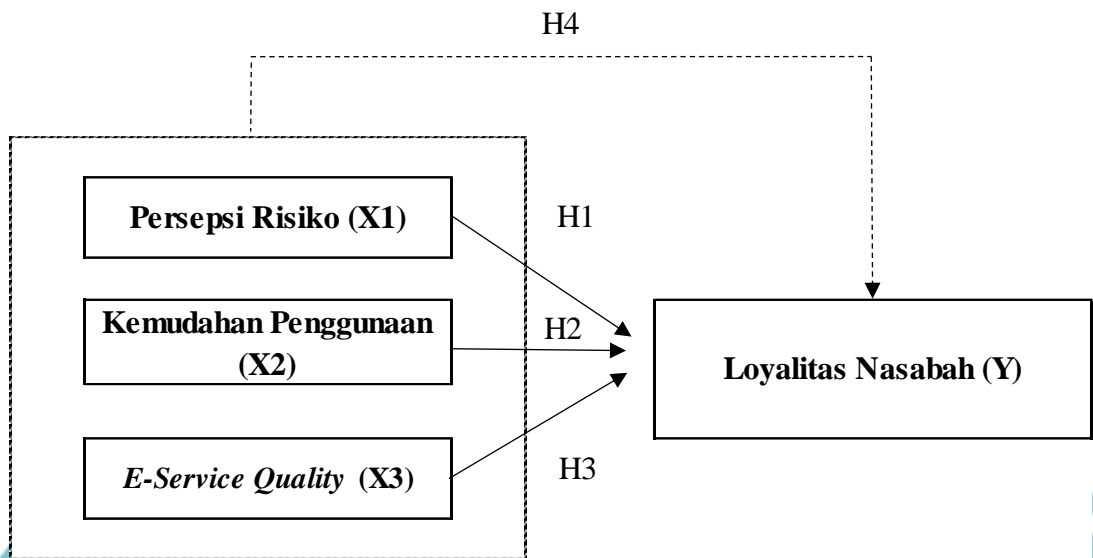
Begitu juga sebaliknya, dengan sistem yang mnim risiko serta memadai dan mudah bagi nasabah dalam sistem perbankan *online*, nasabah akan merasa loyal karena merasa aman jika menggunakan layanan perbankan tersebut. Sehingga adanya *feedback* yang akan diperoleh perusahaan atau perbankan untuk mengimplementasikan keperluan pengembangan dan strategi dalam hal peningkatan loyalitas nasabah.

Berikut skema kerangka berpikir dari penjelasan di atas:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah (2024)

Keterangan:

- > : Pengaruh Secara Simultan
 -----> : Pengaruh Secara Parsial

2.4 Hipotesis

Dari kerangka pemikiran yang telah penulis paparkan, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Persepsi Risiko BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Kemudahan Penggunaan BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
3. *E-Service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
4. Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, *E-Service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian asosiatif karena fokusnya adalah untuk mengkaji hubungan antara variabel independen dan dependen yaitu apakah Persepsi Risiko (X1), Kemudahan Penggunaan (X2), dan *E-Service Quality* (X3) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BISA *Mobile* KBBS itu sendiri. Selanjutnya penulis menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian ini, yang di mana menitikberatkan pada pengolahan data numerik menggunakan teknik statistik sesuai standar tertentu, dengan maksud untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada karakteristik atau atribut dari suatu objek yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diselidiki, dan dari situlah kesimpulan akan diambil (Sugiyono, 2018). Objek penelitian merupakan titik fokus dan perhatian dalam penelitian. Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengaruh persepsi risiko, kemudahan penggunaan dan *e-service quality* yang dapat memengaruhi loyalitas pada nasabah KBBS di wilayah KPO Salemba.

3.3 Metode Pengambilan Sampel

Populasi dalam konteks penelitian mencakup semua elemen yang menjadi fokus penelitian, termasuk objek dan subjek yang memiliki ciri-ciri serta karakteristik tertentu. Selain hanya berfokus pada jumlah individu yang terlibat, populasi juga mencakup seluruh atribut atau sifat yang dimiliki oleh subjek yang sedang diteliti (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023). Populasi yang menjadi fokus penelitian ini adalah nasabah KBBS yang menggunakan aplikasi BISA *mobile*, karena terdapat hubungan dalam penelitian ini, maka sampel akan diambil secara menyeluruh dari populasi yang ada.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Sampel merupakan sebagian dari populasi akan diambil dari keseluruhan populasi (Amin, Garancang, & Abunawas, 2023). Teknik untuk pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling*, yaitu metode pengambilan sampel dari populasi yang ditentukan oleh peneliti atau ahli (Priadana & Sunarsi, 2021).

Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Priadana & Sunarsi, 2021). Penulis memilih metode tersebut karena tidak semua sampel memenuhi kriteria yang relevan dengan fenomena penelitian. Oleh karena itu, penulis menetapkan kriteria khusus yang harus dipenuhi oleh sampel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Nasabah KBBS di KPO Salemba
2. Berusia minimal 17 tahun
3. Menggunakan BISA *Mobile*

Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah penduduk yang berdomisili di Jakarta, sehingga untuk menetapkan jumlah sampel yang akan menjadi responden. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang dianggap cukup besar (Pakendek & Rantetampang, 2018), penulis menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi (perkiraan jumlah nasabah pengguna aplikasi BISA *Mobile*)

e = Batas toleransi kesalahan (10% atau 0,1)

Dengan memperhitungkan metode tersebut, hasilnya dapat diperoleh sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

$$n = \frac{3.795}{1 + 3.795(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.795}{38,95}$$

$$n = 97,4326059$$

$$n = 100$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh, maka penulis menetapkan sampel sebanyak 100 (pembulatan dari 97,4326059) orang atau nasabah responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini mencakup penggunaan data primer. Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung penelitian melalui hasil responden dengan menggunakan kuesioner *online* melalui *google form*. Peneliti menyebarkan kuesioner kepada nasabah KBBS.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data dilakukan melalui penggunaan kuesioner yang disusun oleh peneliti dengan berbagai pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Kuesioner disebarkan melalui media *google form* untuk memfasilitasi pengisian oleh responden. Data yang terkumpul dianalisis untuk mengevaluasi hubungan antar variabel sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan. Untuk memastikan akurasi data, peneliti menggunakan skala Likert sebagai alat ukur. Skala ini terkait dengan pernyataan tentang sikap, pendapat, dan persepsi responden atau kelompok (Sugiyono, 2018). Besaran skor pada skala Likert digunakan sebagai acuan untuk pengukuran. Adapun besaran skor skala sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Likert

Keterangan	Skor Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Setuju	3
Sangat Setuju	4

Sumber: Data diolah (2024)


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dirancang untuk memudahkan pengumpulan data, mencegah perbedaan interpretasi, dan membatasi ruang lingkup variabel. Penelitian ini mencakup variabel dependen dan independen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain, sedangkan variabel independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain dan bersifat bebas. Dalam penelitian ini, variabel independen meliputi kemudahan penggunaan, persepsi risiko, dan *e-service quality*, sementara variabel dependen adalah loyalitas nasabah. Berikut ini disajikan operasionalisasi variabel dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Indikator	Skala Likert
Persepsi Risiko	Persepsi risiko merujuk pada pandangan dan keyakinan masing-masing individu tentang kemungkinan terjadinya sesuatu yang menyimpang dan menghasilkan konsekuensi yang tidak diinginkan (Tanuwijaya & Arifin, 2023).	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Financial Risk</i> (Risiko Keuangan) 2. <i>Social Risk</i> (Risiko Sosial) 3. <i>Performance Risk</i> (Risiko Kinerja) 4. <i>Time and Convenience Risk</i> (Risiko Waktu dan Kenyamanan) 5. <i>Physical Risk</i> (Risiko Fisik) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi kerugian finansial yang dapat timbul sebagai hasil dari penggunaan <i>mobile banking</i>. 2. Dampak penggunaan <i>mobile banking</i> terhadap reputasi sosial nasabah. 3. Ketidakpastian mengenai apakah aplikasi <i>mobile banking</i> akan berfungsi sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh nasabah atau tidak. 4. Kekhawatiran bahwa menggunakan <i>mobile banking</i> mungkin memakan waktu lebih lama atau menjadi kurang nyaman dibandingkan metode perbankan tradisional. 5. Kekhawatiran tentang potensi kerusakan atau kehilangan <i>handphone</i> saat menggunakan <i>mobile banking</i>, yang dapat mengakibatkan peretasan data pribadi 	Skala 1-5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			jika <i>handphone</i> jatuh ke tangan yang salah.	
Kemudahan Penggunaan	Persepsi kemudahan penggunaan adalah bagaimana seseorang menganggap bahwa penggunaan suatu teknologi tidak memerlukan upaya yang besar dan dapat dilakukan dengan mudah dan efisien (Ernawati & Noersanti, 2020).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipelajari 2. Dapat dikontrol 3. Fleksibel 4. Mudah digunakan 5. Jelas dan mudah dipahami 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Aplikasi <i>mobile banking</i> mudah dipelajari bagi pengguna baru. 2. Kemudahan <i>mobile banking</i> terlihat dari kemampuannya untuk dikendalikan sesuai keinginan nasabah. 3. <i>Mobile banking</i> yang fleksibel akan sangat memudahkan pengguna, karena mereka dapat menyesuakannya dengan kebutuhan pribadi atau kerja. 4. Kemampuan pengguna untuk dengan cepat menguasai <i>mobile banking</i>, menunjukkan seberapa mudahnya sistem tersebut digunakan. 5. Aplikasi <i>mobile banking</i> yang sederhana dan mudah dimengerti oleh pengguna. 	Skala 1-5
<i>E-Service Quality</i>	Kualitas Layanan merupakan reaksi pelanggan terhadap kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan dapat tercermin dalam berbagai bentuk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Efisiensi (<i>Efficiency</i>) 2. Reabilitas (<i>Reability</i>) 3. Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>) 4. Kompensasi (<i>Compensation</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan menggunakan aplikasi <i>mobile banking</i>. 2. Ketepatan fungsi aplikasi <i>mobile banking</i> sesuai yang diharapkan nasabah. 3. Ketepatan fitur aplikasi <i>mobile</i> 	Skala 1-5



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	dan cara yang berbeda, sebagai respons alami dari persepsi pelanggan terhadap perusahaan (Chandra, 2020)		<i>banking</i> dengan fasilitas yang dijanjikan sesuai dengan kebutuhan nasabah. 4. Apakah pihak bank cepat tanggap dalam mengatasi masalah yang dihadapi oleh nasabah.
Loyalitas Nasabah	Loyalitas pelanggan dapat diidentifikasi melalui tanda-tanda seperti melakukan pembelian secara berulang pada suatu produk atau jasa secara teratur, memilih produk atau jasa dari lini yang ditawarkan oleh perusahaan yang sama, memberikan testimoni positif kepada orang lain mengenai kepuasan yang diperoleh dari perusahaan, dan menunjukkan resistensi terhadap tawaran dari pesaing usaha (Griffin, 2016)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian Berulang 2. Memberikan Rekomendasi kepada Orang Lain 3. Penolakan terhadap Produk Pesaing 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan transaksi secara rutin dalam menggunakan produk atau layanan tertentu. 2. Memotivasi orang lain untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. 3. Tidak berminat pada produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan lain.

Sumber: Data diolah (2024)

3.7 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Tujuan analisis ini adalah untuk menentukan pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, dengan demikian membuktikan adanya atau tidaknya hubungan fungsional antara variabel bebas dengan variabel terikat. Namun, variabel yang dipertimbangkan tidak dapat diukur secara langsung dan harus diperoleh melalui pengukuran indikator yang terdiri dari seperangkat pernyataan dalam instrumen penelitian. Selain itu menggunakan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

analisis statistik deskriptif, yang di mana mendeskripsikan data yang telah tersedia sesuai data yang sudah terkumpul.

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dengan memanfaatkan alat pengukuran yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Oleh karena itu, kevalidan dan reliabilitas instrumen pengukuran merupakan prasyarat penting untuk memperoleh hasil penelitian yang valid dan reliabel (Sugiyono, 2018). Uji validitas dilakukan pada setiap butir pernyataan divaliditasnya. Hasil R_{hitung} dibandingkan dengan R_{tabel} . Jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ maka dikatakan valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai kehandalan suatu kuesioner sebagai indikator variabel. Kuesioner dianggap reliabel jika respon yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan-pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Uji realibilitas menggunakan software SPSS dengan metode Cronbach alpha. Pengambilan keputusan pada penelitian ini yaitu jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dikatakan realibel (Sugiyono, 2018).

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik adalah salah satu prasyarat dari pengujian analisis regresi linier berganda. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kelayakan data yang digunakan dalam penelitian serta tidak ditemukan masalah-masalah statistik di dalam pengerjaan model regresi. Dalam penelitian ini menggunakan tiga jenis uji asumsi klasik, yaitu:

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk menunjukkan apakah data yang telah terkumpul memiliki distribusi yang mendekati normal. Penting untuk dicatat bahwa dalam analisis menggunakan uji T dan F, diasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini tidak terpenuhi, maka hasil dari uji statistik tersebut menjadi tidak valid, terutama pada sampel yang kecil. Oleh karena itu, untuk memastikan kevalidan analisis, uji normalitas dilakukan dengan menguji distribusi dari nilai residual yang dihasilkan oleh persamaan regresi menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* (Sujarweni, 2015). Jika signifikan pada nilai *Kolmogorov-*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Smirnov <0,05, maka data tidak berdistribusi normal, selanjutnya jika signifikan pada nilai *Kolmogorov-Smirnov* >0,05, maka data terdistribusi normal.

3.7.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel independen atau variabel bebas dalam model regresi (Ghazali, 2016). Sebuah model yang ideal seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Pengujian dilakukan dengan memeriksa nilai *Tolerance* yang harus lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) yang harus kurang dari 10. Jika hasil uji menunjukkan kriteria tersebut terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat perbedaan dalam varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varians dari residual tetap sama antar pengamatan, ini disebut homoskedastisitas, sedangkan jika variansnya berbeda-beda antar pengamatan, disebut heteroskedastisitas (Ghazali, 2016). Sebuah model regresi yang memadai adalah yang menunjukkan homoskedastisitas atau tidak menunjukkan heteroskedastisitas. Jika nilai *Absolute* >0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas (Wibowo & Febrianto, 2020).

3.7.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh hubungan variabel independen yaitu persepsi risiko (X_1), kemudahan penggunaan (X_2) dan *e-service quality* (X_3) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y). Dengan demikian dapat dituliskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Loyalitas nasabah
 a : Konstanta
 X1 : Persepsi Risiko



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X_2 : Kemudahan Penggunaan

X_3 : *E-Servie Quality*

β_1, β_2 : Koefisien regresi

e : Standar eror

3.7.4 Uji Hipotesis

Proses atau metode untuk memutuskan apakah akan menerima atau menolak teori tersebut disebut pengujian hipotesis. Berikut beberapa langkah yang dapat dilakukan dalam praktik pengujian hipotesis (Noor, 2017) :

1. Menyatakan hipotesis nol dan alternatif

Hipotesis Pertama

a) H_0 : Persepsi Risiko BISA tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

b) H_{1a} : Persepsi Risiko BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis Kedua

a) H_0 : Kemudahan Penggunaan BISA tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

b) H_{1b} : Kemudahan Penggunaan BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis Ketiga

a) H_0 : *E-service Quality* BISA tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

b) H_{1c} : *E-service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Hipotesis Keempat

a) H_0 : Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, dan *E-service Quality* BISA tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

b) H_{1d} : Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, dan *E-service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

2. Memilih metode statistik yang sesuai dengan data, bersifat *parametrik* atau *nonparametrik*. Dalam penelitian ini, digunakan metode statistik parametrik untuk menguji hipotesis terkait parameter populasi.
3. Menentukan tingkat signifikan yang diinginkan. Tingkat signifikansi tersebut adalah $\rho = 0,05$, atau $\rho < 0,05$, atau $\rho > 0,05$. Hal tersebut memiliki



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kemungkinan terjadi berdasarkan tingkat signifikansi. Tingkat signifikansi ini mengindikasikan seberapa kecil kemungkinan suatu peristiwa terjadi secara kebetulan; semakin rendah nilainya, semakin signifikan peristiwa tersebut. Tingkat signifikansi juga menggambarkan risiko mengambil keputusan yang salah ketika hipotesis nol sebenarnya benar. Biasanya, tingkat signifikansi (α) ditetapkan pada 0,05, yang berarti ada 5% kemungkinan menerima hipotesis alternatif jika hipotesis nol benar. Beban bukti untuk menolak hipotesis nol atau menerima hipotesis alternatif akan meningkat seiring dengan penurunan tingkat signifikansi.

4. Untuk memverifikasi tingkat signifikansi yang tercapai dalam analisis data, diasumsikan bahwa nilai kritis menentukan interval penerimaan dalam tabel yang relevan (F, t, atau χ^2). Meskipun dalam analisis korelasi Pearson di Excel, tingkat signifikansi tidak langsung tercantum dalam output, nilai kritis tetap memisahkan area penolakan dari area penerimaan hipotesis nol.
5. Hipotesis nol akan ditolak dan hipotesis alternatif diterima jika nilai yang dihitung (*resultant value*) lebih besar dari nilai kritis (*critical value*) yang telah ditetapkan. Sebaliknya, hipotesis nol akan diterima dan hipotesis alternatif ditolak jika nilai yang dihitung lebih kecil dari nilai kritis.
6. Proses pengujian hipotesis akan menghasilkan keputusan yang bisa berupa penerimaan atau penolakan hipotesis, yang mana keputusan ini memiliki tingkat risiko tertentu terkait dengan kemungkinan kebenaran atau kesalahan.

3.7.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji T berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji tingkat signifikansi 0,05. Uji ini dilakukan dengan membandingkan T_{hitung} dengan T_{tabel} . Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikansi $T < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

3.7.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama – sama mempengaruhi variabel dependen. Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh dari seluruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Tingkatan yang digunakan adalah sebesar 0,5 atau 5%, jika nilai signifikan $F <$



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

0,05 maka dapat diartikan bahwa variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen ataupun sebaliknya (Ghazali, 2016).

3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen dengan mengacu pada variabel independen. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1, di mana nilai yang mendekati 1 menunjukkan tingkat "kecocokan sempurna" di mana variabel independen secara kuat menjelaskan variabilitas variabel dependen. Sebaliknya, nilai yang mendekati 0 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang lemah dalam menjelaskan variabel dependen atau tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen dan dependen.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV

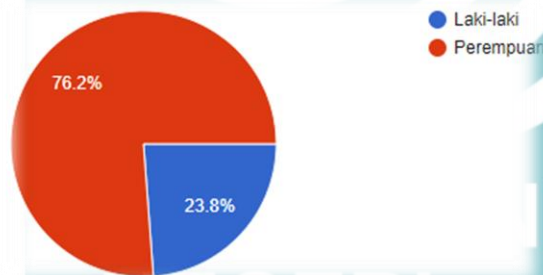
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dan pembahasan yang terdiri dari, analisis profil responden, data uji penelitian, dan analisis pembahasan pada setiap variabel.

4.1 Analisis Profil Responden

4.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah KBBS KPO Salemba yang menggunakan BISA *Mobile*. Terdapat 105 responden yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendidikan terakhir. Berdasarkan kuesioner yang sudah disebar, diperoleh gambaran karakteristik responden sebagai berikut:



Gambar 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.1, diperoleh persentase responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 76,2% atau 80 responden dengan jenis kelamin perempuan, dan 23,8% atau 25 responden berjenis kelamin laki-laki. Oleh karena itu, responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan karena *mobile banking* lebih efektif dan efisien dalam mengatur keuangan.

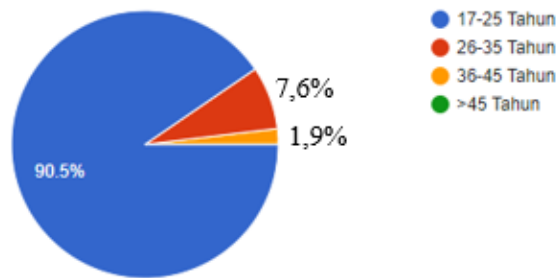
4.1.2 Responden Berdasarkan Usia

Selanjutnya, responden dapat dilihat dari distribusi usia mereka. Berikut ini adalah diagram yang menunjukkan responden berdasarkan kelompok usia.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



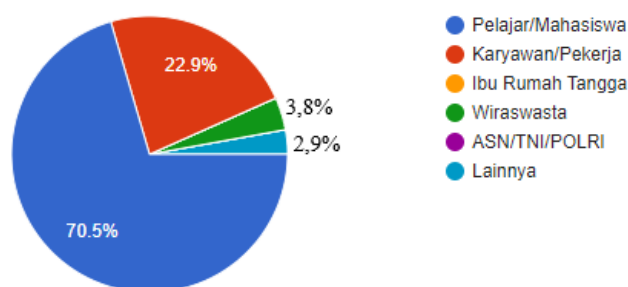
Gambar 4.2 Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.2, diperoleh presentase responden terbanyak berada di usia 17-25 tahun. Sebanyak 90,5% atau 95 responden yang mengisi di usia 17-25 tahun, usia 26-35 tahun mempunyai presentase 7,6% atau 8 responden, sedangkan sisanya sebanyak 1,9% atau 2 responden. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa, responden berusia 17-25 tahun yang mendominasi pada penggunaan BISA *Mobile* untuk kebutuhan sehari-hari dalam transaksi perbankan.

4.1.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Selanjutnya, responden dapat dilihat dari distribusi pekerjaan mereka. Berikut ini adalah diagram yang menunjukkan responden berdasarkan kelompok jenis pekerjaannya.



Gambar 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.3, dapat dilihat bahwa, responden pengguna BISA *Mobile* didominasi oleh pelajar/mahasiswa dengan presentase sebanyak 70,5% atau 74 responden. Untuk responden dengan presentase 22,9% atau 24 orang memiliki



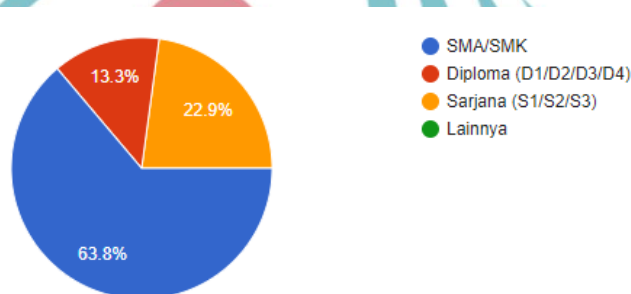
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

profesi sebagai Karyawan/Pekerja, sebanyak 3,8% atau 4 responden sebagai wiraswasta, dan 2,9% atau 3 responden berprofesi lainnya. Maka dari itu, mayoritas responden pengguna BISA *Mobile* didominasi yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa.

4.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Selanjutnya, responden dapat dilihat dari distribusi pendidikan terakhir mereka. Berikut ini adalah diagram yang menunjukkan responden berdasarkan kelompok pendidikan terakhirnya.



Gambar 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.4, dapat dilihat bahwa yang mempunyai latar belakang pendidikan terakhir tingkat SMA/SMK sebanyak 63,8% atau 67 responden, untuk presentase 22,9% atau 24 responden mempunyai latar belakang pendidikan tingkat Sarjana (S1/S2/S3), sedangkan untuk tingkat Diploma (D1/D2/D3/D4) yaitu sebanyak 13,3% atau 14 responden. Maka dari itu, mayoritas responden didominasi yang mempunyai latar belakang pendidikan terakhir yaitu pendidikan tingkat SMA/SMK. Hal ini dapat disimpulkan, karena mereka lebih cenderung menggunakan BISA *Mobile* untuk berbagai keperluan sehari-hari, seperti transaksi *transfer*, membeli pulsa, dan membayar tagihan, serta mendapatkan edukasi dan pelatihan yang lebih baik dalam menggunakan teknologi digital tersebut.

4.2 Uji Data Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Sampel yang digunakan


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dalam penelitian ini yaitu nasabah KBBS KPO Salemba yang menggunakan BISA Mobile sebanyak 105 responden dimulai pada tanggal 27 Juni 2024 – 1 Juli 2024. Pangujian ini menggunakan software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 29.

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.2.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai apakah pernyataan dalam kuesioner benar-benar sesuai atau tidak. Kuesioner dianggap valid jika pernyataannya mampu mengungkapkan apa yang ingin diukur dalam kuesioner tersebut. Untuk pengujian ini, dilakukan pada setiap butir pernyataan divaliditasnya. Penulis membandingkan hasil R_{hitung} dengan R_{tabel} , di mana R_{tabel} sebesar 0,361. Berikut merupakan hasil 25 responden dengan total 20 pernyataan yang dibagi menjadi 3 variabel independen dan 1 variabel dependen yaitu variabel persepsi risiko (X1) sebanyak 5 pernyataan, variabel kemudahan penggunaan (X2) sebanyak 5 pernyataan, variabel *e-service quality* (X3) sebanyak 5 pernyataan, dan variabel loyalitas nasabah (Y) sebanyak 5 pernyataan. Untuk hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R Hitung (Person Correlate)	R Tabel	Keterangan
Persepsi Risiko (X1)	X1.1	0,525	0,396	Valid
	X1.2	0,684	0,396	Valid
	X1.3	0,809	0,396	Valid
	X1.4	0,661	0,396	Valid
	X1.5	0,616	0,396	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	X2.1	0,693	0,396	Valid
	X2.2	0,619	0,396	Valid
	X2.3	0,834	0,396	Valid
	X2.4	0,618	0,396	Valid
	X2.5	0,729	0,396	Valid
<i>E-Service Quality</i> (X3)	X3.1	0,557	0,396	Valid
	X3.2	0,671	0,396	Valid
	X3.3	0,794	0,396	Valid
	X3.4	0,774	0,396	Valid
	X3.5	0,648	0,396	Valid
Loyalitas Nasabah (Y1)	Y1.1	0,615	0,396	Valid
	Y1.2	0,800	0,396	Valid


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Y1.3	0,593	0,396	Valid
	Y1.4	0,762	0,396	Valid
	Y1.5	0,857	0,396	Valid

Sumber: *Output* SPSS diolah (2024)

Pada tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa hasil output data menunjukkan uji validitas dengan variabel persepsi risiko, kemudahan penggunaan, *e-service quality*, dan loyalitas nasabah diketahui masing-masing item memiliki nilai R_{hitung} (*Person Correlate*) > R_{tabel} , sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan tersebut dinyatakan valid dan penelitian dapat diolah lebih lanjut. Angka 0,396 adalah nilai R_{tabel} yang diambil dari tabel *r product moment* pada tingkat signifikansi (α) sebesar 5% dan jumlah sampel (n) sebesar 25 atau (df) sebesar 23.

4.2.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai kehandalan suatu kuesioner sebagai indikator variabel. Kuesioner dianggap reliabel jika respon yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan-pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode reliabilitas *Cronbach Alpha* (α), dengan nilai $\alpha > 0,60$.

Pada tabel 4.2 di bawah ini dapat dilihat bahwa hasil output data menunjukkan masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Maka dari itu, uji reliabilitas dengan variabel persepsi risiko (X1), kemudahan penggunaan (X2), *e-service quality* (X3), dan loyalitas nasabah (Y) dikatakan reliabel, sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Standard</i>	Keterangan
Persepsi Risiko (X1)	0,677	0,60	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,736	0,60	Reliabel
<i>E-Service Quality</i> (X3)	0,723	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,775	0,60	Reliabel

Sumber: *Output* SPSS diolah (2024)



Hak Cipta :

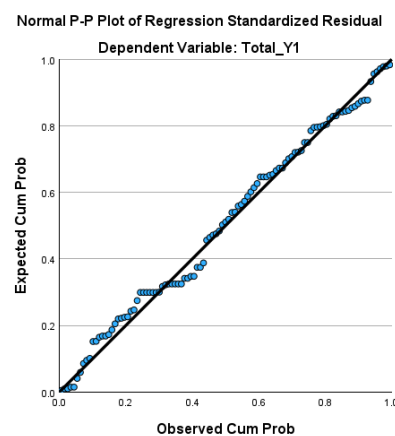
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas berguna untuk menunjukkan apakah data yang telah terkumpul memiliki distribusi yang mendekati normal atau tidak. Penulis melakukan uji normalitas dengan menggunakan analisis grafik *P-P Plot of regression standardized residual* serta uji statistik *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*. Hasil dari uji normalitas tersebut dapat dilihat pada berikut ini:

1. Uji Normalitas Grafik *P-P Plot*



Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas *P-P Plot*

Sumber: *Output SPSS diolah (2024)*

Berdasarkan gambar 4.3, terlihat bahwa titik-titik pada grafik *P-P Plot of regression standardized residual* tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*

 Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov (K-S)*

		Unstandardize d Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.38395071
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.058
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.358
	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.345
	Upper Bound	.370

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber: *Output SPSS diolah (2024)*

Berdasarkan gambar 4.3, setelah dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 yang berarti $>$ dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov*.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat korelasi antara variabel independen atau variabel bebas dalam model regresi. Jika nilai VIF di bawah atau $<10,00$ dan *Tolerance Value* di atas $>0,100$ maka tidak terjadi multikolineritas atau tidak menunjukkan adanya korelasi antara variabel independen. Hasil dari uji multikolinieritas tersebut dapat dilihat pada berikut ini:

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.574	1.417		4.640	<.001		
	Total_X1	.101	.095	.106	1.061	.291	.641	1.560
	Total_X2	.193	.111	.214	1.742	.084	.422	2.369
	Total_X3	.317	.104	.354	3.036	.003	.468	2.135

a. Dependent Variable: Total_Y1

Sumber: *Output SPSS diolah (2024)*


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan tabel 4.4, hasil menunjukkan bahwa seluruh nilai *tolerance* $>0,100$ (dengan $X_1 = 0,641$; $X_2 = 0,422$; $X_3 = 0,468$). Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel $X < 10$ (dengan $X_1 = 1,560$; $X_2 = 2,369$; $X_3 = 2,135$). Maka, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas atau bebas multikolinearitas dan penelitian dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat perbedaan dalam varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Penelitian ini menggunakan metode *Glejser*. Jika nilai *Absolute* $>0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas tersebut dapat dilihat pada berikut ini:

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.087	.048		1.809	.073
	Persepsi Risiko	-.007	.003	-.270	-2.294	.024
	Kemudahan Penggunaan	-.004	.004	-.169	-1.164	.247
	E-Service Quality	.010	.004	.388	2.816	.006

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: *Output SPSS diolah* (2024)

Berdasarkan tabel 4.5, hasil menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko (X_1) memiliki nilai sig. sebesar $0,24 > 0,05$, kemudahan penggunaan (X_2) memiliki nilai sig. sebesar $0,247 > 0,05$, *e-service quality* (X_3) memiliki nilai sig. sebesar $0,006 > 0,05$. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.2.3 Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh hubungan variabel independen dan dependen, yang disajikan dalam bentuk persamaan regresi. Hasil dari uji regresi linier berganda tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.574	1.417		4.640	<.001
	Persepsi Risiko	.101	.095	.106	1.061	.291
	Kemudahan Penggunaan	.193	.111	.214	1.742	.084
	E-Service Quality	.317	.104	.354	3.036	.003

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: *Output SPSS diolah (2024)*

Berdasarkan tabel 4.6, hasil uji regresi linier berganda di atas menghasilkan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 6,574 + 0,101X_1 + 0,193X_2 + 0,317X_3$$

- Nilai konstanta (a) adalah nilai yang berasal dari besarnya nilai variabel dependen (Y) pada saat variabel loyalitas nasabah (Y) belum dipengaruhi variabel lain, yaitu variabel persepsi risiko (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan *e-service quality* (X3).
- Variabel persepsi risiko (X1) memiliki nilai koefisien positif (b1) sebesar 0,101 yang artinya bernilai tetap, serta menunjukkan bahwa variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel persepsi risiko maka akan memengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0,101.
- Variabel kemudahan penggunaan (X2) memiliki nilai koefisien positif (b1) sebesar 0,193 yang artinya bernilai tetap, serta menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel kemudahan penggunaan, maka akan memengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0,193.
- Variabel *e-service quality* (X3) memiliki nilai koefisien positif (b1) sebesar 0,317 yang artinya bernilai tetap, serta menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel *e-service quality*, maka akan memengaruhi loyalitas nasabah sebesar 0,317.



Hak Cipta :

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
- Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.2.4 Uji Hipotesis

4.2.4.1 Hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah: Persepsi risiko BISA

berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

Untuk menguji H_1 , penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyatakan H_0 dan H_{1a}
 H_0 : Persepsi Risiko BISA tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah
 H_{1a} : Persepsi Risiko BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
2. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik parametrik.
3. Penulis menggunakan tingkat signifikan konstanta $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dengan jumlah variabel (k)= 3 dan jumlah responden (n)= 105. Maka, diperoleh t tabel sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$= t (0.05/2 ; 105 - 3 - 1)$$

$$= t (0.025 ; 101)$$

$$= 1.983$$
4. Untuk variabel persepsi risiko memperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel persepsi risiko secara parsial memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.
5. Untuk variabel persepsi risiko memperoleh nilai t hitung sebesar $4,609 > t$ tabel 1,983. Berikut untuk memperkuat analisis tersebut, disajikan tabel di bawah ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji T H_{1a}

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.488	1.368		7.666	<.001
	Persepsi Risiko	.396	.086	.413	4.609	<.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: *Output SPSS diolah (2024)*


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Berdasarkan langkah no. 5 hasil dari hipotesis H_{1a} yaitu “Persepsi Risiko BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah” dapat diterima.

4.2.4.2 Hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah: Kemudahan Penggunaan BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

Untuk menguji H_2 , penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyatakan H_0 dan H_{1b}
 H_0 : Kemudahan Penggunaan BISA tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah
 H_{1b} : Kemudahan Penggunaan BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
2. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik parametrik.
3. Penulis menggunakan tingkat signifikan konstanta $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dengan jumlah variabel (k)= 3 dan jumlah responden (n)= 105. Maka, diperoleh t tabel sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$= t (0.05/2 ; 105 - 3 - 1)$$

$$= t (0.025 ; 101)$$

$$= 1.983$$
4. Untuk variabel kemudahan penggunaan memperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel kemudahan penggunaan secara parsial memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.
5. Untuk variabel kemudahan penggunaan memperoleh nilai t hitung sebesar $6,349 > t \text{ tabel } 1,983$. Berikut untuk memperkuat analisis tersebut, disajikan tabel di bawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji T H_{1b}

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	Sig.	
		B	Std. Error	Coefficients		
1	(Constant)	8.850	1.253		7.063	<.001
	Kemudahan Penggunaan	.477	.075	.530	6.349	<.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS diolah (2024)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Berdasarkan langkah no. 5 hasil dari hipotesis H1b yaitu “kemudahan penggunaan BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah” dapat diterima.

4.2.4.3 Hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah: *E-Service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Untuk menguji H₃, penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyatakan H₀ dan H_{1c}
 H₀: *E-Service Quality* BISA tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah
 H_{1c}: *E-Service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
2. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik parametrik.
3. Penulis menggunakan tingkat signifikan konstanta $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dengan jumlah variabel (k)= 3 dan jumlah responden (n)= 105. Maka, diperoleh t tabel sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1)$$

$$= t (0.05/2 ; 105 - 3 - 1)$$

$$= t (0.025 ; 101)$$

$$= 1.983$$
4. Untuk variabel *e-service quality* memperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel *e-service quality* secara parsial memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.
5. Untuk variabel *e-service quality* memperoleh nilai t hitung sebesar $6,908 > t$ tabel 1,983. Berikut untuk memperkuat analisis tersebut, disajikan tabel di bawah ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji T H_{1c}

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.195	1.247		6.574	<.001
	E-Service Quality	.504	.073	.563	6.908	<.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: *Output* SPSS diolah (2024)



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Berdasarkan langkah no. 5 hasil dari hipotesis H_{1c} yaitu “*e-service quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah” dapat diterima.

4.2.4.4 Hipotesis 4 dalam penelitian ini adalah: Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, *E-Service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Untuk menguji H_4 , penulis melakukan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Menyatakan H_0 dan H_{1d}

H_0 : Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, dan *E-Service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

H_{1d} : Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, dan *E-Service Quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
2. Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik parametrik.
3. Penulis menggunakan tingkat signifikan konstanta $\alpha = 0,05$ atau 5%. Dengan jumlah variabel (k)= 3 dan jumlah responden (n)= 105. Maka, diperoleh F tabel sebagai berikut:

F tabel

$$= F(k; n - k)$$

$$= F(3; 105 - 3)$$

$$= F(3; 102)$$

$$= 2,69$$
4. Untuk variabel persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan *e-service quality* memperoleh nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Hasil ini membuktikan bahwa variabel tersebut secara simultan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.
5. Untuk variabel persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan *e-service quality* memperoleh nilai F hitung sebesar $18,654 > F$ tabel 2,69. Berikut untuk memperkuat analisis tersebut, disajikan tabel di bawah ini:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 4.10 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.369	3	36.790	18.654	<.001 ^b
	Residual	199.193	101	1.972		
	Total	309.562	104			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), E-Service Quality, Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan

Sumber: *Output SPSS diolah (2024)*

6. Berdasarkan langkah no. 5 hasil dari hipotesis H_{1d} yaitu “persepsi risiko, kemudahan penggunaan, dan *e-service quality* BISA berpengaruh terhadap loyalitas nasabah” dapat diterima.

4.2.4.5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) mengukur seberapa jauh model dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen dengan mengacu pada variabel independen atau dengan kata lain, koefisien determinasi digunakan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh yang ada antar variabel persepsi risiko (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan *e-service quality* (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Berdasarkan tabel 4.11, menunjukkan hasil nilai R Square memiliki nilai 0,357 atau 35,7%. Dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel persepsi risiko (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan *e-service quality* (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) sebesar 35,7% dan sisanya sebesar 64,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 ^a	.357	.337	1.404

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality, Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan

Sumber: *Output SPSS diolah (2024)*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Persepsi Risiko BISA Terhadap Loyalitas Nasabah

Untuk variabel persepsi risiko terdapat 5 (lima) item pernyataan di dalam kuesioner, berikut hasil jawaban responden:

1. Penggunaan BISA *Mobile* dapat menyebabkan kehilangan uang karena kesalahan teknis atau operasional

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah "saya khawatir bahwa penggunaan BISA *Mobile* dapat menyebabkan kehilangan uang karena kesalahan teknis atau operasional". Mayoritas jawaban responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada setuju. Dapat disimpulkan bahwa, nasabah KBBS menyatakan hal tersebut karena mereka merasa khawatir apabila kehilangan uang di dalam aplikasi BISA *Mobile* karena kesalahan teknis atau operasional bank itu sendiri, sehingga nasabah merasa dirugikan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Ghifari, (2024) bahwa, kehilangan uang karena kesalahan teknis atau operasional bank dapat mengakibatkan nasabah merasa dirugikan.

2. Penggunaan layanan BISA *Mobile* dapat meningkatkan status sosial.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah "menurut saya, penggunaan layanan BISA *Mobile* dapat meningkatkan status sosial". Mayoritas jawaban responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban tidak setuju dan setuju. Dapat disimpulkan bahwa, beberapa nasabah KBBS menyatakan setuju dan yang lainnya tidak setuju jika penggunaan BISA *Mobile* dapat meningkatkan status sosial. Perbedaan pendapat ini karena berbagai faktor, mulai dari pengalaman pribadi yang mereka rasakan dan lingkungan sosial di mana nasabah tinggal juga berpengaruh. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Hardiyanti, (2022), di beberapa tempat penggunaan teknologi canggih seperti *mobile banking* bisa dianggap sebagai tanda kemajuan dan status yang lebih tinggi, tetapi di tempat lain hal ini mungkin tidak penting atau bahkan tidak diperhatikan.

3. Lebih memilih menggunakan BISA *Mobile* karena dapat menghemat waktu.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah "saya lebih memilih menggunakan BISA *Mobile* yang dapat menghemat waktu saya". Mayoritas jawaban responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dan sangat setuju. Dapat disimpulkan bahwa, nasabah KBBS menyatakan hal tersebut karena mereka lebih memilih menggunakan BISA *Mobile* yang dapat menghemat waktu. Menggunakan *mobile banking* sangat membantu, tidak perlu pergi ke kantor cabang atau teller untuk melakukan transaksi. Hal ini sejalan dengan penelitian Iriani, (2018) bahwa, menggunakan *mobile banking* dapat menghemat waktu dan dapat menjangkau kebutuhan yang diinginkan nasabah.

4. Aplikasi BISA *Mobile* mungkin tidak akan berfungsi sesuai harapan.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya khawatir bahwa aplikasi BISA *Mobile* tidak akan berfungsi sesuai dengan harapan saya”. Mayoritas jawaban responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa aplikasi BISA *Mobile* mungkin tidak akan berfungsi sesuai harapan dan kebutuhan mereka. Beberapa diantaranya, nasabah merasa BISA *Mobile* terdapat jaringan yang kurang memadai dan sering terjadi perbaikan sehingga menghambat transaksi yang nasabah butuhkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Iriani, (2018) bahwa, *mobile banking* sering terjadi perbaikan sehingga nasabah harus menunggu selama perbaikan agar bisa menggunakan jaringan tersebut.

5. Terdapat risiko kehilangan atau kerusakan *handphone* yang dapat mengakibatkan potensi peretasan data pribadi pada aplikasi BISA *Mobile*.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya khawatir tentang risiko kehilangan atau kerusakan *handphone* yang mengakibatkan adanya potensi peretasan data pribadi pada aplikasi BISA *Mobile*”. Mayoritas jawaban responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan hal tersebut bahwa terdapat risiko kehilangan atau kerusakan *handphone* yang dapat mengakibatkan potensi peretasan data pribadi mereka pada aplikasi *mobile banking*. Hal ini sejalan dengan penelitian Ghifari, (2024) bahwa, terdapat risiko kehilangan atau kerusakan *handphone* yang dapat mengakibatkan potensi peretasan data pribadi mereka, ia menyatakan risiko ini dapat dikurangi dengan menggunakan fitur keamanan seperti login dengan sidik jari dan menghapus aplikasi *mobile banking* dari perangkat lama setelah berganti *handphone*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan hasil kuesioner kepada nasabah KBBS, terlihat pada tabel 4.1 dari hasil pengujian validitas, diketahui bahwa variabel persepsi risiko memiliki lima item pernyataan. Setiap item mendapatkan skor dari jawaban responden dalam kuesioner. Dari semua jawaban responden, ditemukan bahwa skor tertinggi adalah item pertanyaan ketiga sebesar 0,809 yang berarti nasabah merasa dengan menggunakan BISA *Mobile* dapat menghemat waktu karena tidak perlu ke kantor cabang atau teller. Pada pengujian validitas, juga ditemukan bahwa skor terendah untuk item pertanyaan dalam variabel persepsi risiko adalah item pernyataan satu sebesar 0,525 yang berarti pada pengalaman pribadi nasabah dengan adanya kesalahan teknis atau operasional sebelumnya dapat memengaruhi tingkat kekhawatiran mereka. Jika sebagian besar pengguna belum pernah mengalami masalah tersebut, mereka tidak merasa cemas.

Temuan ini sejalan dengan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menekankan peran persepsi risiko dalam mempengaruhi penerimaan teknologi. Penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Sudirman dkk., (2024), menunjukkan bahwa persepsi risiko memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah yang berarti semakin tinggi tingkat risiko, tidak akan menurunkan kesetiaan atau loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking*. Dengan kata lain, nasabah percaya pada keamanan yang disediakan oleh KBBS melalui penggunaan BISA *Mobile*. Penggunaan *mobile banking* ini tidak hanya meningkatkan keamanan tetapi juga memberikan jaminan yang lebih baik, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap layanan perbankan tersebut. Dengan demikian, terbentuknya loyalitas nasabah yang kuat dan pengelolaan persepsi risiko yang efektif berdampak positif pada loyalitas nasabah terhadap bank Sudirman dkk., (2024).

4.3.2 Pengaruh Kemudahan Penggunaan BISA Terhadap Loyalitas Nasabah

Untuk variabel kemudahan penggunaan terdapat 5 (lima) item pernyataan di dalam kuesioner, berikut hasil jawaban responden:

1. Aplikasi BISA *Mobile* mudah dipelajari.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “aplikasi BISA *Mobile* mudah dipelajari oleh saya”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan hal tersebut karena aplikasi BISA *Mobile* mudah dipelajari oleh mereka karena dengan fitur dan layanan transaksi yang mudah digunakan. Hal ini sejalan dengan penelitian Purwo, et al., (2022) bahwa, BISA *Mobile* memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, termasuk pengecekan saldo, transfer dana, pembelian, dan pembayaran.

2. Aplikasi BISA *Mobile* jarang mengalami gangguan atau error.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “aplikasi BISA *Mobile* jarang mengalami gangguan atau error”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju dan tidak setuju.. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS beberapa menyatakan tidak setuju dan yang lainnya setuju karena aplikasi BISA *Mobile* yang mereka gunakan jarang mengalami gangguan atau *error* dan beberapa nasabah KBBS, mereka masih merasakan gangguan atau *error* pada waktu tertentu. Hal ini selaras dengan penelitian Noer, (2024) bahwa, hal itu terjadi karena adanya masalah teknis seperti pemeliharaan server atau kesalahan sistem yang menyebabkan *mobile banking* tidak berjalan dengan sesuai fungsinya.

3. Transaksi melalui BISA *Mobile* dapat dilakukan dengan mudah tanpa kendala.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “transaksi melalui BISA *Mobile* dapat digunakan dengan mudah tanpa adanya kendala”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena aplikasi BISA *Mobile* dapat digunakan dengan mudah dan dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta terdapat buku panduan apabila nasabah mengalami kendala. Hal ini sejalan dengan penelitian Ernawati & Noersanti, (2020) bahwa, *mobile banking* terdapat fitur buku panduan yang dapat digunakan oleh nasabah jika membutuhkan layanan tersebut.

4. Instruksi atau panduan dalam aplikasi BISA *Mobile* mudah dimengerti.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “instruksi atau panduan dalam aplikasi BISA *Mobile* mudah dimengerti”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju dan sangat setuju karena aplikasi BISA *Mobile* terdapat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

fitur yang lengkap dan buku panduan sehingga nasabah bisa membuka pengaturan tersebut untuk memperoleh bantuan jika menghadapi kesulitan dalam menggunakan BISA *Mobile*. Hal ini sejalan dengan penelitian Purwo, et al., (2022) bahwa, intruksi pada buku panduan mobile banking mudah dimengerti dengan bahasa yang cukup familiar.

5. Berbagai layanan perbankan dapat diakses melalui BISA *Mobile* tanpa perlu ke kantor cabang.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya dapat mengakses berbagai layanan perbankan melalui BISA *Mobile* tanpa perlu ke kantor cabang“. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena berbagai layanan perbankan dapat diakses melalui BISA *Mobile* tanpa perlu ke kantor cabang sesuai dengan layanan yang mereka butuhkan. Hal ini sejalan dengan penelitian Ismail dan Evriyenni, (2021) bahwa, kemudahan dan aksesibilitas *mobile banking* banyak layanan perbankan dapat dilakukan secara jarak jauh, memberikan penghematan waktu yang signifikan dan fleksibilitas bagi pengguna tanpa perlu ke kantor cabang.

Berdasarkan hasil kuesioner kepada nasabah KBBS, terlihat pada tabel 4.1 dari hasil pengujian validitas, diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki lima item pernyataan. Setiap item mendapatkan skor dari jawaban responden dalam kuesioner. Dari semua jawaban responden, ditemukan bahwa skor tertinggi adalah item pernyataan tiga sebesar 0,834, yang berarti nasabah merasa aplikasi BISA *Mobile* dapat digunakan dengan mudah dan dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta terdapat buku panduan apabila nasabah mengalami kendala.

Pada pengujian validitas, juga ditemukan bahwa skor terendah untuk item pertanyaan dalam variabel kemudahan penggunaan adalah item pernyataan empat sebesar 0,618, yang berarti jika instruksi tidak disesuaikan dengan konteks di mana mereka gunakan, nasabah merasa kesulitan. Misalnya, instruksi yang terlalu umum dan tidak spesifik terhadap tugas atau instruksi tertentu bisa membingungkan. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi BISA *Mobile* umumnya diterima dengan baik oleh



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nasabah KBBS, meskipun ada beberapa yang masih mengalami gangguan. Hasil penelitian ini selaras yang dilakukan oleh Darma & Sanusi (2023) terdapat pengaruh antara persepsi kemudahan terhadap loyalitas nasabah dalam memanfaatkan *mobile banking* yang berarti semakin mudah dalam mengakses dan proses transaksi yang cepat dan efisien tanpa gangguan sistem yang *error*, semakin besar nasabah akan merasa loyal dan terus menggunakan *mobile banking* tersebut.

Hal ini sejalan dengan teori *usability* (mudah digunakan). Secara keseluruhan, teori kemudahan yang dijelaskan oleh Ernawati & Noersanti, (2020) menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan minat nasabah. Indikator kemudahan seperti mudah dipelajari, dapat dikontrol, fleksibel, mudah digunakan, dan jelas serta mudah dipahami menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan teknologi perbankan. Dengan demikian, bank harus memastikan bahwa teknologi yang mereka tawarkan, seperti aplikasi *mobile banking*, untuk meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah.

4.3.3 Pengaruh *E-Service Quality* BISA Terhadap Loyalitas Nasabah

Untuk variabel *e-service quality* terdapat 5 (lima) item pernyataan di dalam kuesioner, berikut hasil jawaban responden:

1. Fitur-fitur dalam aplikasi BISA *Mobile* dirancang dengan baik untuk memudahkan transaksi.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “fitur-fitur dalam aplikasi BISA *Mobile* dirancang dengan baik untuk memudahkan saya dalam bertransaksi”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena fitur-fitur dan tata letak dalam aplikasi BISA *Mobile* dirancang dengan baik untuk memudahkan transaksi serta dapat mengelola keuangan mereka. Hal ini selaras dengan penelitian Akob & Sukarno, (2022) bahwa, faktor kemudahan *mobile banking* untuk memastikan kenyamanan pengguna saat melakukan transaksi dan mengelola keuangan mereka.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. BISA *Mobile* dapat diandalkan dalam setiap transaksi perbankan.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya merasa BISA *Mobile* dapat diandalkan dalam setiap transaksi perbankan yang saya lakukan”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju bahwa BISA *Mobile* dapat diandalkan dalam setiap transaksi perbankan yang mereka butuhkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa aplikasi *mobile banking* semakin diminati oleh masyarakat karena kemudahan dan kecepatan aksesnya sehingga dapat diandalkan Akob & Sukarno, (2022).

3. BISA *Mobile* selalu mampu memenuhi kebutuhan dalam berbagai transaksi perbankan.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “BISA *Mobile* selalu mampu memenuhi kebutuhan saya dalam berbagai transaksi perbankan”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju dan sangat setuju karena BISA *Mobile* selalu mampu memenuhi kebutuhan mereka dalam berbagai transaksi perbankan yang dibutuhkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Triyanti dkk., (2021) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan keamanan adalah pertimbangan utama nasabah dalam memilih aplikasi *mobile banking*. Ini menunjukkan bahwa BISA *Mobile* berhasil memenuhi harapan nasabah dan memberikan pengalaman perbankan digital yang memuaskan.

4. Menu *Call Center* KBBS di BISA *Mobile* dengan cepat membantu menyelesaikan masalah saat bertransaksi.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “Menu *Call Center* KBBS di BISA *Mobile* dengan cepat membantu menyelesaikan masalah yang saya alami saat bertransaksi”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban sangat setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan sangat setuju karena menu *Call Center* KBBS di BISA *Mobile* dengan cepat membantu menyelesaikan masalah mereka jika mengalami kendala pada saat bertransaksi dan *Call Center* cepat tanggap dalam menanggapi permasalahan tersebut. Temuan ini sejalan dengan penelitian Packard & Berger, (2021) yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menunjukkan bahwa kecepatan respons dan kualitas layanan pelanggan merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan digital. Dengan demikian, KBBS dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah dengan terus menyempurnakan layanan Call Center BISA *Mobile*.

5. Penggunaan BISA *Mobile* terjamin keamanannya.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya merasa terjamin keamanannya dalam menggunakan BISA *Mobile*”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban sangat setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan sangat setuju karena BISA *Mobile* terjamin keamanannya karena terdapat fitur Autentikasi multi-faktor (MFA) seperti sidik jari dan kode OTP yang ditambahkan pada aplikasi tersebut sehingga terdapat keamanan ekstra untuk mengakses ke dalam perangkat dan aplikasi nasabah. Hal ini sejalan dengan penelitian Indah & Prasetyo, (2023) yang menunjukkan bahwa penggunaan MFA secara signifikan mengurangi risiko kebocoran data dan serangan siber.

Berdasarkan hasil kuesioner kepada nasabah KBBS, terlihat pada tabel 4.1 dari hasil pengujian validitas, diketahui bahwa variabel *e-service quality* memiliki lima item pernyataan. Setiap item mendapatkan skor dari jawaban responden dalam kuesioner. Dari semua jawaban responden, ditemukan bahwa skor tertinggi adalah item pernyataan tiga sebesar 0,794, yang berarti mengindikasikan bahwa BISA *Mobile* telah berhasil memenuhi ekspektasi nasabah dalam hal pemenuhan kebutuhan transaksi. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tersebut telah dirancang dengan baik dan mampu memberikan nilai tambah bagi penggunanya. Skor tinggi pada pernyataan ketiga menunjukkan bahwa nasabah merasa transaksi melalui BISA *Mobile* dilakukan dengan cepat dan efektif. Ini menunjukkan bahwa dimensi efisiensi telah terpenuhi dengan baik. Pada pengujian validitas, juga ditemukan bahwa skor terendah untuk item pertanyaan dalam variabel *e-service quality* adalah item pernyataan satu sebesar 0,557, yang berarti bahwa meskipun BISA *Mobile* telah berhasil dalam beberapa aspek, namun masih terdapat ruang untuk perbaikan dalam hal desain fitur aplikasi. Jika BISA *Mobile* sering melakukan perubahan pada



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

desain aplikasi, hal ini dapat membuat pengguna merasa kebingungan dan kesulitan beradaptasi.

Hasil survei menunjukkan bahwa nasabah KBBS sangat puas dengan kualitas layanan elektronik yang ditawarkan oleh aplikasi *BISA Mobile*. Temuan ini konsisten dengan model *SERVQUAL*, di mana *BISA Mobile* dinilai sangat baik dalam hal keandalan (selalu dapat diandalkan dalam setiap transaksi), daya tanggap (layanan pelanggan cepat merespons), jaminan (nasabah merasa aman dalam bertransaksi), dan kemudahan penggunaan (fitur-fitur dirancang dengan baik). Hal ini mengindikasikan bahwa *BISA Mobile* telah berhasil memenuhi dan bahkan melampaui harapan nasabah, sesuai dengan teori harapan-konfirmasi. Selain itu, kualitas sistem informasi yang baik pada *BISA Mobile*, tercermin dari kemudahan penggunaan dan keandalan sistem, juga berkontribusi pada kepuasan pelanggan, seperti yang dijelaskan dalam teori kualitas sistem. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Akob & Sukarno (2022), Triyanti dkk. (2021), Packard & Berger (2021), dan Indah & Prasetyo (2023 yang menekankan pentingnya faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, keandalan, keamanan, dan kecepatan respons dalam menentukan kepuasan nasabah terhadap layanan perbankan digital. Hasil survei ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori kualitas layanan elektronik dalam konteks layanan perbankan digital, serta memberikan implikasi praktis bagi KBBS dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanannya. Untuk meningkatkan kepuasan nasabah secara keseluruhan, *BISA Mobile* perlu memberikan perhatian yang lebih besar pada desain antarmuka, menyederhanakan proses transaksi, dan memastikan bahwa semua fitur dapat dengan mudah diakses dan dipahami oleh pengguna.

4.3.4 Loyalitas Nasabah KBBS KPO Salemba

Untuk variabel loyalitas nasabah terdapat 5 (lima) item pernyataan di dalam kuesioner, berikut hasil jawaban responden:

1. Penggunaan *BISA Mobile* secara teratur untuk melakukan berbagai transaksi perbankan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya secara teratur menggunakan BISA *Mobile* untuk melakukan berbagai transaksi perbankan”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena mereka menggunakan BISA *Mobile* secara teratur untuk melakukan berbagai transaksi perbankan yang mereka butuhkan, seperti transfer, pembayaran tagihan, dan *top up*. Hal ini mengindikasikan bahwa BISA *Mobile* telah berhasil membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Temuan ini juga didukung oleh Indah & Prasetyo, (2023) yang menyoroti pentingnya kualitas layanan dan kepuasan nasabah dalam mendorong loyalitas terhadap suatu produk atau layanan finansial.

2. Bersedia merekomendasikan BISA *Mobile* kepada orang lain.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya bersedia merekomendasikan BISA *Mobile* kepada orang lain”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena mereka akan bersedia merekomendasikan BISA *Mobile* kepada orang lain sesuai dengan pengalaman nasabah yang sudah dirasakan baik dalam aplikasi tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa BISA *Mobile* telah berhasil membangun loyalitas yang kuat di kalangan nasabahnya. Loyalitas pelanggan yang tinggi ini tidak hanya tercermin dari frekuensi penggunaan, tetapi juga dari kesediaan nasabah untuk mempromosikan aplikasi ini kepada orang lain. Temuan ini didukung oleh Triyanti dkk., (2021) yang menyoroti pentingnya loyalitas pelanggan dalam membangun keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan.

3. Lebih suka menggunakan BISA *Mobile* daripada aplikasi perbankan lainnya.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya lebih suka menggunakan BISA *Mobile* ini daripada aplikasi perbankan lainnya”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena mereka lebih suka menggunakan BISA *Mobile* daripada aplikasi perbankan lainnya untuk kebutuhan transaksi, aplikasi tersebut juga tersedia layanan dan fitur yang lengkap. Temuan ini sejalan dengan penelitian Noer, (2024) yang menunjukkan bahwa kelengkapan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

fitur merupakan salah satu faktor determinan utama dalam pemilihan aplikasi perbankan *mobile* oleh nasabah.

4. Tetap menggunakan BISA *Mobile* karena puas dengan layanan yang diberikan.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya memilih untuk tetap menggunakan BISA *Mobile* karena merasa puas dengan layanan yang diberikan”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena mereka akan tetap menggunakan BISA *Mobile* karena puas dengan layanan yang diberikan oleh bank tersebut, tidak hanya tercermin dari frekuensi penggunaan, tetapi juga dari niat mereka untuk tetap menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Temuan ini didukung oleh studi Kumalasanti dkk., (2022) yang menyoroti pentingnya membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dalam industri perbankan.

5. Tidak akan terpengaruh oleh tawaran sejenis dari bank atau layanan perbankan lainnya.

Pernyataan yang penulis ajukan dalam kuesioner adalah “saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran sejenis dari bank atau layanan perbankan lainnya”. Mayoritas responden menyatakan pilihan jawaban yang merujuk pada jawaban setuju. Dapat disimpulkan, nasabah KBBS menyatakan setuju karena mereka tidak akan terpengaruh oleh tawaran sejenis dari bank atau layanan perbankan lainnya dan tetap menggunakan layanan BISA *Mobile* karena performa pada BISA *Mobile* sudah dianggap baik. Temuan ini sejalan dengan penelitian Indah & Prasetyo, (2023) bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengurangi tingkat *churn* (kehilangan pelanggan). Dalam konteks penelitian ini, loyalitas nasabah bank, yang diukur melalui penggunaan berulang, rekomendasi, dan kepuasan, berdampak positif pada stabilitas finansial perusahaan.

Berdasarkan hasil kuesioner kepada nasabah KBBS, terlihat pada tabel 4.1 dari hasil pengujian validitas, diketahui bahwa variabel loyalitas nasabah memiliki lima item pernyataan. Setiap item mendapatkan skor dari jawaban responden dalam kuesioner. Dari semua jawaban responden, ditemukan bahwa skor tertinggi adalah item pernyataan lima sebesar 0,857, berarti loyalitas yang tinggi ini kemungkinan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

besar didorong oleh kepuasan nasabah terhadap berbagai aspek dari BISA *Mobile*, seperti kemudahan penggunaan dan sistem keamanannya. Nasabah merasa bahwa BISA *Mobile* telah memenuhi kebutuhan mereka dengan baik, sehingga mereka tidak tertarik dengan tawaran serupa dari bank lain. Pada pengujian validitas, juga ditemukan bahwa skor terendah untuk item pertanyaan dalam variabel loyalitas nasabah adalah item pernyataan tiga sebesar 0,593, yang berarti preferensi nasabah dapat berubah seiring waktu. Mungkin ada beberapa nasabah yang sebelumnya lebih menyukai BISA *Mobile*, namun saat ini mulai mempertimbangkan opsi lain.

Berdasarkan hasil survei, dapat disimpulkan bahwa nasabah KBBS memiliki tingkat loyalitas yang tinggi terhadap aplikasi BISA *Mobile*. Loyalitas ini ditunjukkan melalui penggunaan yang teratur, rekomendasi kepada orang lain, preferensi terhadap BISA *Mobile* dibandingkan aplikasi lain, kepuasan terhadap layanan, dan ketahanan terhadap tawaran kompetitor. Hal ini relevan dengan teori kepuasan pelanggan, menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci dalam membangun loyalitas. Ketika pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang mereka gunakan, mereka cenderung menjadi loyal dan berulang kali menggunakan produk atau layanan tersebut (Indah & Prasetyo, 2023). Hasil survei menunjukkan bahwa kepuasan nasabah terhadap fitur, layanan, dan kinerja BISA *Mobile* menjadi faktor utama dalam membangun loyalitas. Hasil penelitian ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang telah membahas tentang loyalitas pelanggan, khususnya dalam konteks layanan perbankan. Beberapa penelitian yang telah disebutkan dalam analisis di atas Indah & Prasetyo (2023), Triyanti dkk. (2021), Noer (2024), Kumalasanti dkk. (2022) mendukung temuan bahwa kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan fitur produk yang lengkap merupakan faktor-faktor penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini memiliki implikasi yang penting bagi KBBS dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya.

4.3.5 Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, E-Service Quality BISA Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah.

Dalam penelitian ini, penulis merumuskan hipotesis keempat yaitu Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, *E-Service Quality* BISA berpengaruh bersama-



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sama terhadap loyalitas nasabah. Untuk menguji hipotesis ini, penulis menggunakan uji F dan dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi risiko, kemudahan penggunaan dan, *e-service quality* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Untuk memperkuat uji F tersebut, penulis melakukan analisis lebih lanjut berdasarkan data penelitian dan sumber informasi yang tersedia.

Adanya keterkaitan antara persepsi risiko, kemudahan penggunaan, *e-service quality*, dan loyalitas nasabah dalam hal BISA *Mobile* didukung dengan adanya risiko yang lebih rendah pada aplikasi BISA *Mobile* memungkinkan nasabah untuk merasa lebih aman dan percaya diri dalam menggunakan aplikasi layanan tersebut, sehingga mereka cenderung lebih loyal. Persepsi risiko yang lebih tinggi tidak mengurangi tingkat loyalitas nasabah. Nasabah percaya pada keamanan yang disediakan oleh KBBS melalui penggunaan BISA *Mobile*.

Kemudahan penggunaan aplikasi sangat penting dalam meningkatkan loyalitas. Nasabah KBBS merasa aplikasi tersebut mudah digunakan dan memiliki fitur berguna sehingga mereka cenderung lebih loyal karena aplikasi tersebut memudahkan mereka dalam melakukan transaksi dan mengatur keuangannya, serta *E-Service Quality* yang baik meningkatkan loyalitas mereka. Nasabah pun merasa KBBS memberikan pelayanan efektif dan efisien sehingga nasabah cenderung lebih loyal karena aplikasi tersebut memenuhi kebutuhan mereka dengan baik dan memberikan pelayanan efektif. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Persepsi Risiko, Kemudahan Penggunaan, *E-Service Quality* BISA berpengaruh bersama-sama terhadap loyalitas nasabah dapat diterima.

4.3.6 Implementasi Hasil Penelitian

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, terdapat implementasi hasil penelitian yang memberikan manfaat secara teoritis dan praktis.

1. Aspek Teoritis

Pengembangan Model Loyalitas Nasabah, hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan model loyalitas nasabah yang lebih komprehensif dalam konteks perbankan syariah, dengan mempertimbangkan variabel-variabel seperti persepsi risiko, kemudahan penggunaan, *e-service quality*, dan faktor-faktor



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

spesifik lainnya yang relevan dengan industri perbankan syariah. Dalam perbankan syariah, prinsip keadilan sangat ditekankan. Nasabah harus merasa aman dan tidak khawatir akan adanya praktik yang merugikan. Dengan demikian, hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh persepsi risiko terhadap loyalitas nasabah sangat relevan. Bank syariah perlu terus berupaya meningkatkan transparansi dan memberikan informasi yang jelas kepada nasabah terkait risiko yang mungkin timbul. Selain itu, prinsip manfaat bersama dalam perbankan syariah menekankan pentingnya memberikan kemudahan bagi nasabah dalam bertransaksi. Hasil penelitian yang menunjukkan pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah sejalan dengan prinsip ini. Dengan menyediakan aplikasi yang mudah digunakan, bank syariah dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi nasabahnya.

Pengembangan Kerangka Kerja Penelitian, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar untuk mengembangkan kerangka kerja penelitian yang lebih lanjut, misalnya dengan menguji pengaruh variabel-variabel yang sama pada konteks bank syariah di negara lain atau dengan menambahkan variabel moderasi atau mediasi.

2. Aspek Praktis

Peningkatan Kualitas Layanan BISA *Mobile*, bank syariah dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kualitas layanan BISA *Mobile*, khususnya dalam hal keamanan, kemudahan penggunaan, dan kepuasan nasabah. Strategi Pemasaran, hasil penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, dengan fokus pada manfaat yang dirasakan nasabah, seperti kemudahan penggunaan dan keamanan. Program Loyalitas, bank syariah dapat mengembangkan program loyalitas yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan nasabah, dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas seperti yang teridentifikasi dalam penelitian ini.

Pengembangan Produk dan Layanan Baru, hasil penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan produk dan layanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi nasabah, misalnya dengan menambahkan fitur-fitur baru yang meningkatkan kemudahan penggunaan dan keamanan. Pengukuran Kinerja, bank syariah dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk mengembangkan metrik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

kinerja yang lebih komprehensif, sehingga dapat mengukur secara efektif dampak dari upaya peningkatan kualitas layanan dan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan perbankan syariah, khususnya dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah. Dalam konteks teoritis, penelitian ini membuka peluang untuk mengembangkan model loyalitas nasabah yang lebih komprehensif. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas layanan digital, merancang strategi pemasaran yang efektif, dan mengembangkan produk serta layanan baru yang lebih sesuai dengan kebutuhan nasabah. Dengan demikian, bank syariah dapat memperkuat posisinya di pasar dan memberikan nilai tambah bagi nasabah, sejalan dengan prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan keadilan, transparansi, dan manfaat bersama.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA