



**PENGARUH PELAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI BANK SYARIAH
INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**PANGULU PERKASA SAKTI SIREGAR
NIM. 18 401 00052**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**PENGARUH PELAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI BANK SYARIAH
INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**PANGULU PERKASA SAKTI SIREGAR
NIM. 18 401 00052**

PEMBIMBING I

**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIP. 197905252006041004**

PEMBIMBING II

**H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang. Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Pangulu Perkasa Sakti Siregar**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 16 April 2023

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN SYAHADA Padangsidimpuan

Di-

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Pangulu Perkasa Sakti Siregar** yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SYAHADA Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si.
NIP. 197905252006041004

PEMBIMBING II

H. Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM : 18 401 00052
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 18 April 2023

Saya yang Menyatakan,



Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM. 18 401 00052

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM : 18 401 00052
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, menggali media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 8 April 2023

Yang Menyatakan,



Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM. 18 401 00052



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQOSYAH SKRIPSI

NAMA : PANGULU PERKASA SAKTI SIREGAR
NIM : 18 401 00052
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PELAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING DI BANK SYARIAH INDONESIA
KC PADANGSIDIMPUAN

Ketua

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIDN. 2018087802

Sekretaris

Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601

Anggota

Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIDN. 2018087802

Azwar Hamid, M.A
NIDN. 2111038601

Muhammad Isa, ST., M.M.
NIDN. 2005068002

Samsuddin Muhammad, S.E., M.Si
NIDN. 0105128603

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/30 Mei 2023
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/ 70,25 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH PELAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI BANK SYARIAH INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN**


NAMA : **PANGULU PERKASA SAKTI SIREGAR**

NIM : **18 401 000052**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 18 Juli 2023
Dekan,




Darwis Harahap, S.H.I., M.Si.
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM : 18 401 00052
Judul : **Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.**

Permasalahan dalam penelitian ini dilatar belakangi oleh penggunaan layanan *mobile banking* yang masih kurang mendominasi dalam kalangan masyarakat/nasabah sehingga nasabah tidak loyal terhadap bank syariah indonesia. Hal ini di tunjukkan dengan hasil wawancara dengan beberapa nasabah mereka mengatakan bahwa tidak semua nasabah bisa menggunakan layanan *mobile banking* dikarenakan tidak bisa menggunakan smartpone dan tidak semua daerah dapat menggunakan layanan jaringan sehingga mereka lebih dominan memilih ATM sebagai alat transaksi di Bank syariah Indonesia. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, apakah ada pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, apakah ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, apakah ada pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan teori perbankan syariah, pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini melibatkan sampel sebanyak 99 responden. Metode pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan metode rumus *slovin*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil angket dan observasi analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji multikolinieritas dan heteroskedastisitas), uji hipotesis (uji R, uji t, dan F), uji regresi linear berganda dan Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*) dengan menggunakan bantuan perhitungan statistik SPSS versi 26.

Hasil uji t menunjukkan bahwa pelayanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, pelayanan *mobile banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan sebagai variabel intervening. Kemudian hasil uji F menunjukkan bahwa secara simultan pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan sebagai variabel intervening di bank syariah indonesia KC Padangsidempuan.

Kata Kunci: **Kepuasan, Loyalitas Nasabah, Pelayanan *Mobile Banking***

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah rabbil 'alamin, segala puji dan syukur kepada Allah SWT. Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, ilmu, dan petunjuk kepada manusia khususnya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam atas junjungan alam, baginda Nabi Muhammad SAW sosok seorang panutan umat manusia di muka bumi ini. Berkat perjuangan beliau umat Islam saat ini bisa merasakan keindahan dan kedamaian persaudaraan antar sesama. Semoga peneliti dan semua yang membaca skripsi ini mendapat pertolongan dan cahaya agar selalu berada dalam kebaikan.

Skripsi ini berjudul "**Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan**", ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan. Sehingga tanpa bantuan, dukungan, arahan, dan bimbingan dari berbagai pihak maka sulit untuk peneliti dalam menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala

kerendahan hati dan ucapan terima kasih, peneliti ucapkan kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Dr. Rukiah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd., selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M. Si, selaku Pembimbing I dan Bapak Ali Hardana, S.Pd., M. Si, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Segenap Bapak/Ibu dan staff dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan.
7. Teristimewa peneliti berdoa kepada Allah SWT. dan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua peneliti Ayahanda Jarulan Siregar dan Ibunda Rosmawarni Harahap yang telah bersusah payah untuk mengasuh peneliti, mendidik peneliti agar tetap optimis dan konsisten supaya bisa menyelesaikan tugas skripsi peneliti ini.
8. Untuk saudari Nur Faizah Hasnun Siregar, Oriza Sativa Siregar, serta seluruh keluarga besar peneliti yang telah memberikan dukungan moral, material, dan motivasi kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Serta teman-teman seperjuangan di Program Studi Perbankan Syariah II mahasiswa angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.
10. Kepada saudara AS Ari S.E, Sumarno Ramadan Manullang, Amri Hasibuan, Ukok Dakkal Harahap, Beni Nazmi Pohan, Abdul Muluk Simatupang, yang telah memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Kepada semua pihak-pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini, termasuk narasumber ketika penelitian atau pihak-pihak lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penulisan skripsi hasil penelitian ini terdapat banyak kelemahan dan kekurangan maka, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dalam upaya perbaikan penulisan peneliti untuk ke depannya. Peneliti berserah diri kepada Allah SWT. atas segala usaha dan doa dalam penulisan skripsi ini. Semoga tulisan skripsi ini memberikan manfaat kepada peneliti dan kepada kita semua yang membaca.

Wassalaamu'alaikum Wr.Wb.

Padangsidempuan, Maret 2023

Peneliti

Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM. 18 401 00052

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
—	<i>Fathah</i>	A	A
ـَ	<i>Kasrah</i>	I	I
ـُ	<i>Dammah</i>	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	<i>Fathah</i> dan ya	Ai	a dan u
...وَ	<i>Fathah</i> dan wau	Au	a dan u

c. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ى...	<i>Fathah</i> dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
اِ...ى...	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī	i dan garis di atas
اُ...ى...	<i>Dammah</i> dan wau	Ū	u dan garis di atas

3. **Ta Marbutah**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta *marbutah* hidup

Ta *marbutah* hidup atau yang mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta *marbutah* mati

Ta *marbutah* mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata terakhir dengan ta *marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta *marbutah* itu ditransliterasikan dengan /h/.

4. **Syaddah (Tasydid)**

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyah* ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun *qamariyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

6. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fail*, *isim* maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan,

maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin. Cetakan Kelima*. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	8
C. Batasan Masalah.....	9
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	15
1. Pelayanan.....	15
a. Pengertian Pelayanan.....	15
b. Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	15
c. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	17
d. Tujuan Pelayanan.....	20
2. <i>Mobile Banking</i>	23
a. Pengertian <i>Mobile Banking</i>	23
b. Fitur <i>Mobile Banking</i>	24
c. Kelebihan <i>Mobile Banking</i>	24
d. Kekurangan <i>Mobile Banking</i>	25
3. Loyalitas Nasabah.....	25
a. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	25
b. Loyalitas Nasabah dalam Islam.....	26
c. Karakteristik Loyalitas Nasabah.....	28
d. Keuntungan Loyalitas Nasabah.....	29
4. Kepuasan Nasabah.....	29
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	29
b. Kepuasan Nasabah dalam Islam.....	30
c. Indikator Kepuasan Nasabah.....	32
d. Manfaat kepuasan Nasabah.....	33

B. Penelitian Terdahulu.....	34
C. Kerangka Pikir.....	40
D. Hipotesis	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
B. Jenis Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel	42
D. Sumber data	43
1. Data Primer	44
2. Data Sekunder.....	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Kuesioner/Angket.....	44
2. Wawancara	46
3. Dokumentasi.....	46
F. Uji Validitas Dan Reliabilitas	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reliabilitas.....	47
G. Uji Asumsi Dasar.....	48
1. Uji Normalitas.	48
2. Uji Linearitas	49
H. Uji Asumsi Klasik	49
1. Uji Multikolinearitas	49
2. Uji Heterokedastisitas.....	49
I. Uji Hipotesis.....	50
1. Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	50
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	50
J. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	51
K. Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.	53
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	53
1. Sejarah Banki Syariah Indonesia.....	53
2. Visi Dan Misi Bank Syariah Indonesia	55
B. Karakteristik Responden.....	56
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
2. Karakteristik Berdasarkan Usia.....	56
3. Karakteristik Berdasarkan Alamat.....	57
C. Hasil Analisis Data.....	58
1. Uji Validitas Dan Reabilitas	58
a. Hasil Uji Validasi.....	58
b. Hasil Uji Reliabilitas	60
2. Uji Asumsi Dasar	61
a. Hasil Uji Normalitas.....	61

b. Hasil Uji Linearitas	62
3. Uji Asumsi Klasik.....	64
a. Hasil Uji Multikolerasi.....	64
b. Hasil Uji Heterokedastisitas	65
4. Uji Hipotesis.....	66
a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T).....	66
b. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	67
5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2).....	68
6. Uji Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	68
C. Pembahasan Hasil Penelitian	72
D. Keterbatasan Penelitian.....	75
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran.....	77

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Jumlah Nasabah Yang Menggunakan <i>Mobile Banking</i>	6
Tabel 1. 2	Defenisi Operasional Variabel.....	9
Tabel II. 1	Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel II. 2	Kerangka Fikir.....	39
Tabel III. 1	Penetapan Skor Alternatif dan Jawaban Kuesioner	45
Tabel III. 2	Kisi-Kisi Kuesioner Pelayanan, Loyalitas, Kepuasan	46
Tabel IV. 1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel IV. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel IV. 3	Karakteristik Responden Menurut Alamat/Domisili	57
Tabel IV. 4	Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan	57
Tabel IV. 5	Hasil Uji Validitas Pelayanan <i>Mobile Banking</i> (X).....	59
Tabel IV. 6	Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y).....	59
Tabel IV. 7	Hasil Uji Validitas Kepuasan (Z).....	60
Tabel IV. 8	Uji Reabilitas	61
Tabel IV. 9	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	62
Tabel IV. 10	Hasil Uji Linearitas Pelayanan <i>Mobile Banking</i> (X).....	63
Tabel IV. 11	Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah (Y).....	63
Tabel IV. 12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	64
Tabel IV. 13	Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel IV. 14	Hasil Output Uji t.....	66
Tabel IV. 15	Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	67
Tabel IV. 16	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel IV. 17	Hasil Analisis simultan pelayanan <i>Mobile banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah..	69
Tabel IV. 18	Hasil Analisis Regresi pelayanan <i>Mobile banking</i> terhadap Kepuasan Nasabah.....	69
Tabel IV. 19	Hasil Uji Simultan Pelayanan <i>Mobile banking</i> terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	70
Tabel IV. 20	Hasil Uji Regresi Pelayanan <i>Mobile banking</i> terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah	71

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari kegiatan transaksi. Transaksi tersebut memerlukan alat bayar berupa uang dimana kedua belah pihak harus bertemu langsung untuk melakukan transaksi. Namun kenyataan yang ada saat ini berbeda dengan dahulu. Saat ini terdapat banyak layanan yang disediakan oleh Bank guna mempermudah nasabah melakukan transaksi. Dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini, semua jenis transaksi bisa dilakukan dengan menggunakan media elektronik tanpa melibatkan kontak fisik secara langsung.¹

Perkembangan perbankan saat ini memberikan dan menawarkan kemudahan bagi nasabah melalui layanan operasional yang sangat beragam, termasuk layanan *e-banking (electronic banking)* salah satunya yaitu *mobile banking*. *Mobile Banking* merupakan jenis layanan perbankan yang berbasis aplikasi, *mobile banking* dilengkapi dengan sistem keamanan yang tinggi, tujuan akhir penggunaan *mobile banking* adalah untuk memuaskan nasabah. Secanggih apapun sistem *mobile banking*, jika akhirnya hanya mengecewakan, dan menimbulkan risiko yang lebih besar, serta meningkatnya rasa tidak aman kepada nasabah maka tidak memberikan nilai

¹Nurdin Nurdin, dkk, “Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)”, *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, Vol. 2, No. 1, 2020, hlm. 88.

tambah kepada bank maupun nasabah.² *Mobile Banking* adalah tindakan melakukan transaksi keuangan *online* dengan bantuan perangkat telekomunikasi seluler seperti ponsel atau tablet. Melalui ponsel, pengguna perbankan dapat mengakses keuangan dan non-jasa keuangan seperti informasi saldo, transfer, dan pembayaran tagihan. *Mobile Banking* tampaknya menjadi saluran perbankan yang populer diantara konsumen *mobile commerce*, karena potensi *mobile commerce* telah menarik perhatian banyak orang.³

Dalam industri perbankan khususnya layanan *mobile banking*, elemen kunci dari kepuasan pelanggan adalah sifat hubungan antara pelanggan dan penyedia produk dan jasa yaitu bank. Produk dan kualitas layanan *mobile banking* biasanya dicatat sebagai prasyarat penting untuk memuaskan pelanggan dan mempertahankan nilai pelanggan. Dalam industri perbankan, pelanggan telah menempatkan kriteria kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan *mobile banking* yang disediakan oleh bank. Sebagai contoh: cepat dan efisien, kerahasiaan bank, kecepatan transaksi, akurasi tagihan, ketepatan waktu penagihan, kejelasan penagihan, biaya akses yang kompetitif, dan kualitas layanan merupakan faktor yang secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan.⁴

²Sri Imelda, Hikmayanti Huwaida, “Pengaruh Kualitas Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin”, *Jurnal INTEKNA*, Vol. 19, No. 2, 2019, hlm. 101.

³Abdul Nasser Hasibuan, dkk, “Analysis Of The Behavior Of Using Mobile Banking Services For Students”, *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol. 10, No. 2 (2022), hlm. 264.

⁴Heri Setiawan, “Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan *Mobile Banking*”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 20, No. 3, 216, hlm. 519.

Dalam dunia perbankan syariah, kesetiaan nasabah merupakan salah satu bukti bahwa bank tersebut telah mampu bersaing dalam memberikan yang terbaik pada setiap nasabah. Jika dilihat dari dua sudut pandang antara kinerja keuangan dalam hal penjualan produk dengan kinerja operasional dalam menjalin hubungan merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penilaian bahwa suatu bank itu lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya. Keunggulan produk ini hanya dapat mewujudkan tujuan jangka pendek perusahaan, sedangkan keunggulan dalam layanan dapat mewujudkan orientasi jangka panjang perusahaan. Untuk mewujudkan orientasi jangka panjang, maka perusahaan harus menciptakan berbagai inovasi agar nasabah bertahan pada kepercayaan tertentu dan nasabah merupakan suatu hal yang mutlak bagi bank yang menginginkan tetap eksis dalam usahanya. Memperebutkan loyalitas nasabah merupakan kunci terpenting untuk memenangkan persaingan.⁵

Loyalitas nasabah merupakan asset yang tidak ternilai bagi perbankan atau perusahaan. Karena loyalitas nasabah akan berdampak terhadap kinerja perusahaan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Nasabah yang loyal mampu meningkatkan laba melalui peningkatan pendapatan, karena nasabah yang loyal selalu melakukan pembelian ulang dan memiliki kecenderungan membeli lebih banyak, mau membayar dengan harga yang lebih mahal yang akan berdampak secara langsung terhadap

⁵ Cut Lisa Nunzikir, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Serta Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)", *Skripsi*, (Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019), hlm. 5.

keuntungan yang diperoleh perusahaan.⁶ Loyalitas nasabah sangat berpengaruh pada layanan pembaruan tersebut, salah satunya layanan yang di buat dalam bentuk teknologi yakni *mobile banking*, adanya berbagai kemudahan dalam pelayanan perbankan diharapkan nasabah memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai produk jasa yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah juga menjadi loyal terhadap bank.⁷

Kualitas pelayanan yang diberikan bank juga menjadi salah satu perhatian utama nasabah dalam memilih bank, nasabah yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan akan menjadi pendukung loyal perusahaan sehingga terjadi komitmen dari nasabah terhadap bank tersebut dan setia untuk tetap menggunakan layanan bank tersebut yang membuat bank mendapatkan nilai positif dari nasabah dan mendapatkan *income* yang dihasilkan dari nasabah itu sendiri. Bank-bank di Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bisnis jasa perbankan yang berdasarkan pada asas kepercayaan, sehingga layanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan bisnis ini, kemudian menciptakan loyalitas nasabah merupakan salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh karena itu, loyalitas nasabah akan turut menentukan keberhasilan perusahaan, dengan adanya kualitas layanan yang baik citra yang baik dan kepercayaan nasabah

⁶Eva Indah, dkk, "Determinants of Customer Loyalty", *Journal of Sharia Banking*, Vol. 2, No. 1 (2021), hlm. 55-56.

⁷ Anggita Virgian Pramesti, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah di Bank BRI SYARIAH KCP AJIBARANG", *Skripsi*, (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2020), hlm. 1.

maka akan menciptakan kepuasan sehingga loyalitas nasabah akan terus tercipta.⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Haryeni yang merupakan salah satu nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Padangsidempuan mengatakan bahwa dengan terpeliharanya loyalitas yang ada pada diri nasabah, maka dapat meningkatkan profitabilitas di bank itu sendiri, hal itu lah yang membuat Bank Syariah menerapkan layanan *Mobile Banking* untuk memudahkan para nasabahnya dalam bertransaksi dan akan menarik perhatian nasabah lainnya, semakin lama loyalitas nasabah maka semakin besar laba yang di hasilkan bank dari nasabah tersebut, dikarenakan pelayanan yang di berikan oleh Bank Syariah yang tepat sehingga membuat nasabah loyal akan Bank Syariah tersebut.⁹

Menurut Sudarsono dalam buku Ismail, Bank Syariah adalah lembaga keuangan negara yang memberikan kredit dan jasa-jasa lainnya di dalam lalu lintas pembayaran dan juga peredaran uang yang beroperasi dengan menggunakan prinsip-prinsip Syariah atau Islam yang berlandaskan Al-quran dan Hadist.¹⁰ Dalam UU No. 21 tahun 2008 mengenai Perbankan Syariah mengemukakan pengertian Perbankan Syariah dan pengertian Bank Syariah. Perbankan Syariah yaitu segala sesuatu yang menyangkut Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, mencakup kegiatan usaha, serta tata cara dan proses di dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Syariah

⁸ *Ibid*, hlm. 15.

⁹ Wawancara dengan Saudari Haryeni, Nasabah BSI KC Padangsidempuan, Pada tanggal 26 Juli 2022, Pukul 14.30 WIB.

¹⁰ Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013), hlm. 7.

adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya dengan didasarkan pada prinsip Syariah dan menurut jenisnya Bank Syariah terdiri dari BUS (Bank Umum Syariah), UUS (Unit Usaha Syariah) dan BPRS (Bank Pembiayaan Rakyat Syariah).¹¹

Salah satu bank yang menyediakan layanan *mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia (BSI) Kantor Cabang (KC) Padangsidempuan. Dari data yang ada di BSI KC Padangsidempuan, pertumbuhan jumlah nasabah yang menggunakan *mobile banking* dari tahun 2021 sampai tahun 2022, mengalami peningkatan nasabah selama dua tahun terakhir, diantaranya karena pegawai Bank Syariah memberikan pelayanan yang bagus, sehingga hanya sedikit komplain dari nasabah, tanggap dan cepat dalam menyelesaikan masalah, efisien dalam memberikan penjelasan secara jelas, ringkas dan benar. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I.1
Data Nasabah yang Menggunakan Layanan *Mobile Banking*
di BSI KC Padangsidempuan

No.	Tahun	Jumlah Nasabah	Keterangan jumlah
1.	2021	7500	Tujuh Ribu Lima Ratus Nasabah
2.	2022	8000	Delapan Ribu Nasabah

Sumber: Data Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah nasabah menaik dari setiap tahunnya dan mengalami peningkatan.

Dengan *mobile banking* maka banyak nasabah yang merasa sangat di mudahkan tanpa harus mengantri di Bank, nasabah tetap dapat bertransaksi

¹¹ Muhammad Ainun Najib, "Penguatan Prinsip Syariah Pada Bank Syariah", *Jurnal Jurisprudence*, Vol.7, No. 1, 2017, hlm. 17.

dimanapun asalkan terhubung dengan jaringan internet. Meskipun layanan *mobile banking* di Padangsidimpuan memberikan kemudahan kepada para penggunanya akan tetapi terdapat keluhan atau kurang nyaman pada saat menggunakan layanan tersebut.

Melalui wawancara yang dilakukan peneliti terhadap saudara Rahman salah seorang pengguna *mobile banking* di BSI KC Padangsidimpuan beliau mengatakan *mobile banking* adalah cara simple untuk bertransaksi akan tetapi masih banyak kekurangan didalam *mobile banking* tersebut seperti susah nya nasabah menggunakan layanan *mobile banking* tersebut dikarenakan kurangnya pengetahuan untuk menggunakan layanan tersebut, *mobile banking* yang menggunakan jaringan internet sehingga banyak sekali terjadi jaringan *trouble* yang memperlambat kinerja layanan *mobile banking*, dan keterbatasan akses sinyal disetiap daerah sehingga masyarakat lebih memilih untuk mengatri daripada menggunakan *mobile banking*, dari permasalahan itulah yang membuat masyarakat tidak loyal terhadap Bank Syariah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.¹² Keluhan yang disampaikan oleh pengguna *mobile banking* merupakan suatu bentuk ketidaknyamanan atau ketidakpuasan dari sisi pengguna, dan hal tersebut dapat mengurangi kepercayaan pengguna *mobile banking* terhadap layanan tersebut. Penyelenggaran *mobile banking* yang sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi dalam kenyataanya pada satu sisi membuat jalanya transaski Perbankan semakin mudah, akan tetapi disisi lain juga berisiko.

¹² Wawancara dengan Saudara Rahman, Pengguna *Mobile Banking* di BSI KC Padangsidimpuan, Pada tanggal 26 Juli 2022 Pukul 15:00 WIB.

Dari kenyataannya faktor keamanan harus menjadi faktor yang paling perlu diperhatikan, selain itu pengguna *mobile banking* juga memiliki kendala yaitu seperti kurangnya pengetahuan akan fitur *mobile banking* yang sulit dipahami oleh nasabah, mankanya banyak nasabah yang menyukai transaksi secara manual dan mengantri, sehingga nasabah tidak merasa puas dan mengakibatkan berkurangnya jumlah pengguna layanan *mobile banking* tersebut. Maka dari itu Bank syariah harus melakukan tindakan untuk mengurangi permasalahan-permasalahan yang menjadi keluhan dari nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* seperti melakukan penyuluhan terhadap nasabah yang ingin menggunakan layanan *mobile banking* seperti memberikan tutorial untuk menggunakan *mobile banking* dan memperbaiki sistem jaringan dari *mobile banking* tersebut, tujuannya agar nasabah tetap loyal menggunakan layanan *mobile banking* dan itu akan menjadi profit untuk Bank Syariah itu sendiri.¹³

Dari penguraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasasbah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.**

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang akan di teliti adalah sebagai berikut:

¹³ Aprilia Putri Ningtias, "Permasalahan dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah di kota Madiun", *Jurnal ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*, Vol. 8, No. 2, 2020, hlm. 2.

1. Nasabah tidak loyal dalam menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
2. Kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* menjadi ukuran bertambah atau berkurangnya jumlah nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
3. Kurangnya pengetahuan nasabah dalam menggunakan layanan aplikasi *mobile banking* di karenakan tidak adanya tutorial yang di berikan Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

C. Batasan Masalah

Untuk lebih memfokuskan dan juga agar penelitian ini terarah pada permasalahan dengan baik, maka perlu di lakukan pembahasan terhadap objek penelitian yakni pembahasan variabel, subjek penelitian tempat penelitian. Masalah pada penelitian ini dibatasi hanya pada nasabah yang menggunakan jasa layanan *mobile banking* di kota Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Dalam Penelitian ini terdapat tiga variabel yakni variabel independen, variabel dependen dan variabel intervening. Variabel independennya adalah pelayanan, variabel dependennya adalah loyalitas nasabah dan variabel interveningnya adalah kepuasan nasabah. Adapun definisi dari variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Keterangan	Indikator	Skala Pengukuran
Pelayanan	Pelayanan <i>mobile</i>	1. Kepatuhan	Likert

<i>Mobile Banking</i> (X)	<i>banking</i> adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan nasabah.	(<i>Compliance</i>) 2. Jaminan (<i>Assurance</i>) 3. Keandalan (<i>Realibility</i>) 4. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) 6. Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah suatu komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa yang akan datang meski adanya beberapa pengaruh situasi dan usaha pemasaran yang berpotensi pelanggan beralih.	1. Pembelian Berulang 2. Kesetiaan 3. Membeli antar lini produk 4. Mereferensikan kepada orang lain	Likert
Kepuasan (Z)	Kepuasan merupakan perasaan senang ataupun kecewayang dirasakan seseorang dan muncul setelah membandingkan antara kenyataan dengan harapan terhadap kinerja atau hasil suatu produk.	1. Kesesuaian Harapan 2. Minat Menggunakan Kembali 3. Kesiediaan Merekomendasikan	Likert

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan dalam latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka dapat di susun rumusan masalah penelitiannya sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
2. Apakah ada pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
3. Apakah ada pengaruh loyalitas nasabah terhadap kepuasan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?
4. Apakah ada pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Agar dapat mengetahui adanya pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
2. Agar dapat mengetahui adanya pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
3. Agar dapat mengetahui apakah ada pengaruh loyalitas nasabah terhadap kepuasan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
4. Agar dapat mengetahui adanya pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

G. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dilihat dari dua sudut pandang, yaitu teoritis dan praktis, manfaat dari penelitian inia dalah:

1. Dari segi teoritis, diharapkan bisa menambah pengetahuan tentang dunia Perbankan dan Teknologi, juga memberikan pandangan terkhusus dalam pengembangan kualitas pelayanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
2. Dari segi praktis, diharapkan penelitian ini memiliki nilai guna bagi beberapa pihak, seperti:

- a. Bagi peneliti.

Bagi peneliti, penelitian ini sangat berguna untuk melengkapi tugas akhir demi mendapatkan gelar S.E. Penelitian ini juga diharapkan bisa bermanfaat bagi pihak kampus untuk mengembangkan keilmuan, terkhusus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dan bisa dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan tambahan pengetahuan dan sumbangan pustaka khususnya mengenai pelayanan dan kepuasan nasabah. Penelitian ini juga dapat dijadikan referensi dan salah satu sumber bagi Mahasiswa dan Mahasiswi yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan juga dapat menambah variabel lain untuk bisa meluaskan penelitian.

- c. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan

Dapat digunakan untuk bahan masukan serta pertimbangan dalam mengembangkan pelayanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran dari peneliti untuk selanjutnya agar bisa lebih diperhatikan pihak Bank demi kebijakan kebijakan yang akan di ambil dan di kembangkan di masa yang akan datang.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan bertujuan untuk mempermudah dilakukan suatu penelitian dengan cara menyesuaikan permasalahan yang ada. Sistematika pembahasan dilakukan agar suatu laporan penelitian menjadi sistematis, mudah dipahami, dan jelas.

Bab I Pendahuluan, pada bab tersebut membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian.

Bab II Landasan Teori, pada bab tersebut membahas tentang sub-sub teori yang akan dibahas berupa pelayanan *mobile banking*, loyalitas nasabah, kepuasan nasabah, penelitian terdahulu, kerangka pikir, dan hipotesis penelitian.

Bab III Metode Penelitian, pada bab tersebut membahas tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data, teknik analisis data, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi R^2 , uji Hipotesis, uji analisis regresi linear berganda, dan uji analisis jalur.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang isinya tentang gambaran umum subjek penelitian yang akan dilakukan peneliti, hasil uji analisis data yang diolah dengan bantuan program komputer SPSS versi 26, setelah itu peneliti membahas hasil dari penelitian yang telah diolah menggunakan SPSS 26.

BAB V Penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran yang merupakan akhir dari keseluruhan uraian yang telah dikemukakan diatas.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan. Bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya manusia (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggaraan pelayanan. Menurut Kotler dalam buku Daryanto, pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.¹

b. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan dalam Islam telah mengajarkan bahwa memberikan suatu layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan berikan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 267 yaitu:

¹ Daryanto, Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gaya Medika, 2014), hlm. 135.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا
لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ
إِلَّا أَنْ تُعْمِضُوا فِيهِ ۖ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (Q.S. Al-Baqarah: 267).²

Perilaku buruknya pengusaha dalam menjalankan bisnis akan menentukan sukses atau gagalnya bisnis yang dijalankan, seperti yang diterangkan dalam Al-Qur’an Surah Ali-Imran ayat 159 yaitu:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya” (Q.S. Al Imran/3:159).³

²KEMENAG RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Banten: Kementrian Agama RI, 2012). Q.S. Al-Baqarah/2: 267.

³KEMENAG RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Banten: Kementrian Agama RI, 2012). Q.S. Al-Imran/3:159.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dalam Islam, setiap aktivitas hidup selalu terkait dengan aturan Syariah. Demikian halnya dalam penyapaian jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatauhan terhadap Syariah yang penuh dengan nilai-nilai moral dan etika. Perkembangan organisasi jasa syariah telah memberikan dimensi baru dalam pengukuran kualitas jasa. Ada enam dimensi untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan syariah. Metode ini menggunakan lima dimensi yang terdapat dan SERVQUAL dan menambahkan dimensi *compliance/*kepatuhan (kepatuhan terhadap syariat Islam). Kemudian keenam dimensi itu dikenal dengan CARTER Model, yakni *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy, dan Responsiveness*. CARTER Model dapat digunakan mengukur kualitas jasa pada lembaga yang menjadikan Syariah sebagai dasar organisasinya. Dimensi CARTER jika dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut:

1) Kepatuhan (*Compliance*)

Kepatuhan merupakan dimensi terpenting dalam pengukuran kualitas jasa syariaah karena kepatuhan terhadap syariah merupakan wujud eksistensi seorang muslim. *Compliance* adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang telah ditetepkan Allah SWT. Syariah Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan Allah SWT untuk diamankan

oleh para pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan.

2) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah hal yang berkaitan dengan pengetahuan yang luas seorang karyawan terhadap produk, kemahiran dalam menyampaikan jasa, sikap ramah/ sopan, serta kemampuan mereka untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam selalu memerintahkan agar setiap Muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya.

Peningkatan pengetahuan personal sungguh sangatlah penting bagi organisasi jasa. Karyawan yang memiliki pengetahuan yang luas terhadap sebuah jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada pelanggan. Proses penyampaian jasa yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap organisasi, karena pelanggan akan membandingkan informasi yang dia dapat dengan pengalaman setelah menggunakan jasa. Apabila informasi yang didapat berbanding lurus dengan pengalaman maka persepsi positif pelanggan terhadap produk jasa tersebut akan semakin bertambah, dan selanjutnya dapat mendorong keputusan

pelanggan untuk menggunakannya kembali pada masa yang akan datang.

Bagian lain dari dimensi *Assurance* adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk hubungan baik antara kedua belah pihak. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim. Allah SWT juga memerintahkan kepada setiap muslim untuk mengucapkan kata kata yang baik ketika berinteraksi dengan orang lain.

3) Keandalan (*Reliability*)

Andal dalam menyampaikan kinerja yang telah dijanjikan kepada pelanggan secara akurat, merupakan kemampuan yang memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Artinya, pelanggan dapat melihat dan memberikan kesan positif secara spontan atas kinerja jasa yang diberikan oleh organisasi terjamin, tepat, dan terasa memberikan kemudahan bagi pelanggan. Andal tidaknya kinerja itu dapat dari sistematika pelayanan dalam bentuk pelayanannya.

Keandalan merupakan inti dari kualitas jasa, karena pelanggan menilainya berdasarkan pengalaman dalam menggunakan jasa tersebut. Itu sebabnya, sebuah organisasi jasa syariah harus mampu menyediakan jasa yang telah dipublikasikannya secara andal dan akurat. Konsep kualitas jasa

dalam perpektif syariah adalah bentuk evaluasi kognitif dari pelanggan atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyadarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral sesuai sebagaimana telah dijelaskan oleh syara’

4) Bukti Fisik (*Tangible*)

Hal ini menyangkut fasilitas fisik organisasi yang tampak, peralatan yang digunakan, serta bahan komunikasi yang digunakan oleh organisasi jasa. Bukti fisik merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa. Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan. Sebuah organisasi jasa syariah harus mengkreasi bentuk fisik bangunan dan peralatan yang menunjang oprasionalnya sedemikian rupa sehingga pelanggan merasa nyaman dan memiliki kepercayaan terhadap organisasi tersebut.

Hal ini ditunjukkan dengan penampilan fisiknya mencerinkan nilai-nilai Islam, mulai dari kenyamanan, ketersediaan fasilitas, kebersihan, hal lain yang berkaitan dengan penampilan fisik setah organisasi jasa syariah yang dapat membantu setiap muslim untuk meningkatkan keimanan dan ketakwaan.

5) Empati (*Empathy*)

Bagian ini menyakut kepedulian organisasi terhadap maskud dan kebutuhan pelanggan, komunikasi yang baik dengan pelanggan, dan perhatian khusus terhadap mereka. Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diringi keahaman tentang kebutuhan pelanggan. Mendekatkan dan mempererat hubungan antara manjemen, pemasar dengan pelanggannya sehingga membentuk interaksi positif yang menguntungkan kedua belah pihak.

6) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Hal ini menysngkut sumber daya organisasi untuk memberikan bantuan kepada pelanggan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan secara cepat (*responsive*) dan tepat. Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi profesionalitas senantiasa berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik, memerhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat.⁴

d. Tujuan Pelayanan

Tujuan pelayanan secara umum adalah untuk menunjang pemasaran terhadap nasabah atau pelanggan. Apabila tujuan telah terlaksana maka manfaat secara umum dari pelayanan bisa didapatkan

⁴ Raysa Sekar Putri, "Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah Semarang", *Skripsi*, (Semarang: UIN Walisongo, 2019), hlm. 18-26.

yaitu meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsep loyalitas pelanggan ditandai dengan pembelian secara berulang kali, sehingga perusahaan akan tetap survive dalam jangka panjang dan meningkatkan laba perusahaan.

e. Manfaat Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan memberikan manfaat layanan sangat besar bagi pelanggan, karyawan maupun perusahaan.

1) Manfaat Bagi Pelanggan

- a) Pemenuhan kebutuhan;
- b) Penghargaan mendapatkan layanan yang baik;
- c) Kepercayaan sebagai mitra bisnis; dan
- d) Kepercayaan terhadap perusahaan yang profesional.

2) Manfaat Bagi Karyawan

- a) Meningkatkan kepercayaan diri;
- b) Menumbuhkan kepuasan diri; dan
- c) Menumbuhkan semangat bekerja.

3) Manfaat Bagi Perusahaan

- a) Peningkatan citra profesional;
- b) Kelangsungan usaha terjamin; dan
- c) Meningkatkan laba perusahaan.⁵

⁵ Mariatul Adila, "Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok)", *Skripsi*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017), hlm. 18-19.

2. *Mobile Banking*

a. Pengertian *Mobile Banking*

Mobile Banking merupakan salah satu layanan jasa Bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet.⁶ *Mobile Banking* adalah fasilitas layanan dalam pemberian kemudahan akses maupun kecepatan dalam memperoleh informasi terkini dan transaksi financial secara *reel time*. *Mobile Banking* dapat diakses oleh nasabah perorangan melalui ponsel yang memiliki teknologi GPRS. Produk layanan *mobile banking* adalah saluran distribusi bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui teknologi GPRS dengan sarana telepon seluler (ponsel).⁷

Layanan *mobile banking* dapat digunakan dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di SIM Card, USSD, atau melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah. *Mobile Banking* lebih memberikan kemudahn jika dibandingkan dengan SMS *Banking* karena nasabah tidak perlu mengingat format pesan SMS yang akan dikirimkan ke Bank dan juga nomor tujuan.⁸

⁶ Sarimuda, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bca Jambi Dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*, Vol. 11 No. 01, 2022, hlm. 134.

⁷ Aditya wardana, "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M Banking)* Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia", *DeReMa Jurnal Manajemen*, Vol. 1, No. 2 Volume 10, 2015, hlm. 12.

⁸ Tim Penyusun OJK, *Bijak Ber-Electronic Banking*, (Jakarta, 2015), hlm. 13.14.

b. Fitur *Mobile Banking*

Fitur layanan *mobile banking* antara lain layanan informasi (saldo, mutasi rekening, tagihan kartu kredit dan lokasi cabang/ATM terdekat dan layanan transaksi, seperti transfer, pembayaran tagihan (listrik, air, pajak, asuransi, internet), pembelian (pulsa, tiket), dan berbagai fitur lainnya.⁹

c. Kelebihan *Mobile Banking*

1) Bagi Nasabah

- a) *Mobile Banking* menawarkan beberapa jasa yang cukup menarik;
- b) Menghemat biaya dan menghemat waktu;
- c) Dapat mengakses Bank dan jasa-jasanya kapanpun dan dimanapun; dan
- d) Nasabah dapat mengetahui jika ada penarikan uang tanpa otoritasnya dan dapat memblokir ATM.

2) Bagi Bank

- a) Layanan *mobile banking* dapat menjadi strategi kompetitif pihak bank untuk memberikan *valuadded* kepada nasabahnya; dan
- b) Biaya pengurusan nasabah dapat berkurang.¹⁰

⁹ Nelson Tampubolon Dkk, *Bijak Ber-Electronic Banking*, (Jakarta: OJK, 2015), hlm.14.

¹⁰ Mario Ledesman, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*”, *Jurnal Perbankan Syariah*, 2018, hlm. 20.

d. Kekurangan *Mobile Banking*

- 1) Jenis OS handphone;
- 2) Jenis kartu yang digunakan;
- 3) Kecepatan data (jaringan wilayah);
- 4) Limit transaksi dalam sehari;
- 5) Tidak ada notifikasi; dan
- 6) Aktivasi dalam sebulan.¹¹

3. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah komitmen nasabah terhadap suatu produk atau jasa berdasarkan sifat yang positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi kepuasan pelanggan dan keluhan pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusias untuk memperkenalkan orang lain yang mereka kenal. Menurut Lovelock dan Wright menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan nasabah untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas nasabah adalah seseorang nasabah yang periode panjang menyewa atau mempekerjakan suatu perusahaan dan memuaskan segala macam kebutuhan mereka dengan produk-produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

¹¹ *Ibid*, hlm. 21.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa definisi loyalitas nasabah adalah suatu karakteristik dari pelanggan dimana nasabah memegang teguh komitmennya untuk menggunakan produk atau jasa yang samaa secara terus-menerus, dimana perilaku tersebut dilakukan nasabah tanpa adanya pertimbangan terhadap produk atau jasa tersebut.¹²

b. Loyalitas Nasabah dalam Islam

Dalam Islam, loyalitas disebut juga *al-wala'* *Wala'* adalah kata mashdar dari *fi'il* '*waliya*. *Al-wala'* menurut istilah adalah *al-walayah* yang berarti: *An Nushrah* (pertolongan), *Al-Muhabbah* (kecintaan), *Al-Ikram* (penghormatan), *Al-Ihtiram* (penghargaan), dan tetap bersama orang-orang yang dicintai secara lahir. Sedangkan makna kata *al-bara'* menurut istilah adalah *al-bu'du* (jauh), *al-khalash* (lepas) dan *al 'adawah* (permusuhan) setelah diberikan pernyataan (alasan) dan peringatan.

Loyalitas nasabah merupakan nasabah yang merasa puas terhadap produk atau jasa yang diperoleh dan akan membeli ulang produk tersebut sejak pembelian pertama. Pelanggan akan setia terhadap suatu produk bila ia mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Karena itu, bila nasabah mencoba beberapa macam produk melampaui kriteria kepuasan produk atau tidak. Bila setelah mencoba responnya baik, maka berarti nasabah tersebut puas sehingga akan memutuskan

¹² D.R Indah, "Pengaruh *E-Banking* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal Manajemen Keuangan*, Vol. 5, No. 5, 2016, hlm. 47.

membeli produk tersebut secara berulang sepanjang waktu. Ini berarti telah tercipta kesetiaan terhadap produk tersebut.¹³

Pelanggan akan loyal jika pelanggan tersebut mendapatkan produk yang sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi dari harapannya sehingga pelanggan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi dan pelayanan yang diberikan akan menimbulkan sikap untuk merekomendasikan kepada orang lain. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan tersendiri bagi pelanggan untuk berlangganan dalam jangka panjang dan menciptakan hubungan baik antara pedagang dengan pelanggannya. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridho, dan tidak ada unsur eksploitasi. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surah An-Nisaa ayat 29 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S. An-Nisaa/4: 29)¹⁴

¹³ Muhammad Said Al-Qahtani, *Al-Wala' Wal-Bara': Konsep Loyalitas dan Permusuhan dalam Islam*, (Jakarta: Ummul Qura, 2013), hlm. 104-105.

¹⁴ KEMENAG RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Banten: Kementerian Agama RI, 2012). Q.S. An-Nisaa/4: 29.

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai pengalaman berinteraksi dengan pedagang yang sopan dan ramah dalam menghadapi pembeli daripada pedagang yang angkuh. Kepuasan konsumen yang diperoleh dari pengalaman menyenangkan saat berbelanja, akan membuat konsumen loyal sehingga kembali berbelanja di tempat itu.

c. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana digunakan Giffin dalam buku Sangadji pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian secara teratur (*make regular repeat purchases*);
- 2) Membeli diluar lini produk/jasa (*purchases across product and service lines*);
- 3) Merekomendasikan produk lain (*refers other*); dan
- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya Tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrans an immunity to the full of the competition*).¹⁵

¹⁵ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*, (Malang: CV. Andi Offset, 2013), hlm. 105.

d. Keuntungan Loyalitas

Keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan royal yaitu:

- 1) Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal);
- 2) Dapat mengurangi biaya transaksi;
- 3) Dapat mengurangi biaya *turn over* konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit);
- 4) Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan;
- 5) Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas; dan
- 6) Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian, dan lain-lain).¹⁶

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*factio*” (melakukan dan membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu itu memadai. Kepuasan konsumen

¹⁶ *Ibid*, hlm. 113.

adalah keadaan yang dicapai bila produk sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan. Secara konseptual kepuasan merupakan hasil pembelian dan pemakaian yang didapatkan dari perbandingan yang dilakukan oleh pembeli dengan konsekuensi yang diantisipasi.¹⁷

Kepuasan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh nasabah karena mendapatkan *value* dari penyedia, *value* ini bisa berasal dari produk pelayanan dan sistem. Dari defenisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa penyedia jasa pengertian kepuasan nasabah merupakan keadaan dimana seorang mitra merasa puas atas produk dan jasa bank karena kinerja yang dihasilkan sesuai dengan diharapkan atau bahkan melebihi harapan. Sedangkan menurut penulis bahwa yang namanya kepuasan adalah dimana kita merasa puas atau apa yang kita harapkan sesuai dengan kenyataanya sehingga menimbulkan rasa nyaman dimana seseorang itu senang atas kinerja yang diterimanya.¹⁸

b. Kepuasan Nasabah dalam Islam

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin hubungan, yaitu *hablum minallah* (hubungan yang baik dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan yang baik dengan manusia), Allah SWT berfirman:

¹⁷ Sumarti Murti, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2011), hlm. 88.

¹⁸ Amstrong, Kotler & Philip, *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 65.

﴿وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ
بِالْحُرِّ بُرًّا وَابْنِ السَّبِيلِ ۗ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ۗ﴾

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. dan berbuat baiklah kepada dua orang tua, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, Ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.” (Q.S. An-Nisaa: 36)¹⁹

Ayat di atas maksudnya manusia harus menjalani hubungan yang baik kepada Allah SWT, dengan menyembah dan menunjukkan pengabdian kepada-Nya tanpa syirik, baik yang besar maupun yang kecil. Dan ayat di atas menjelaskan hubungan manusia yang satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sudah seharusnya manusia bisa menjalin hubungan yang sebaik-baiknya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik sesama manusia), Allah berfirman dalam Al-Quran Surah Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut memuaskan kepada customer/pelanggan.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

¹⁹ KEMENAG RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Banten: Kementrian Agama RI, 2012). Q.S. An-Nisaa/4: 36.

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya” (Q.S. Ali-Imran/3:159).²⁰

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Bahwa kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Menurut Hawkins dan Lonney indikator kepuasan pelanggan terdiri dari:

1) Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- a) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2) Minat Menggunakan Kembali

²⁰ KEMENAG RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Banten: Kementrian Agama RI, 2012). Q.S. Ali-Imran/3:159.

Merupakan kesediaan pelanggan untuk menggunakan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

- a) Berminat untuk datang kembali karena pelayanan yang diberikan memuaskan.
- b) Berminat untuk menggunakan kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
- c) Berminat untuk menggunakan kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

- a) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
- b) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

d. Manfaat Kepuasan Nasabah

Beberapa manfaat program kepuasan pelanggan antara lain:

- 1) dapat berdampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber di masa pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*);
- 2) Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan);
- 3) Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi dengan prediksi aliran ke masa depan;
- 4) Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok), pelanggan juga cenderung lebih reseptif terhadap *product-line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan; dan
- 5) Meningkatkan *bargaining power relative* perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.²¹

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Riko Prasetyo, (Skripsi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 2022)	Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Antara Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah,

²¹ Inggang Perwangsa, *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen dan Pemasaraan Perbankan Syariah*, (Malang: UB Pers, 2017), hlm. 57-61.

		Loyalitas Nasabah Selama Pandemi Covid-19 pada Bank CIMB Niaga Kota Surabaya	layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan variabel kepuasan nasabah sebagai variabel intervening berpengaruh antara hubungan variabel layanan <i>mobile banking</i> terhadap variabel loyalitas nasabah.
2.	Sarimuda, (Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan, Vol. 11, No. 01, 2022)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BCA Jambi dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis statistik membuktikan bahwa secara parsial kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Untuk pengaruh secara simultan, kualitas layanan <i>mobile banking</i> melalui kebahagiaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.
3.	Kholifah, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2021)	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BRI di Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas layanan <i>mobile banking</i> berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui variabel kepuasan nasabah, hal ini ditunjukkan adanya hasil pengaruh langsung dan tidak langsung dari kualitas layanan terhadap

			loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Hal ini diperoleh bahwa pengaruh tidak langsung lebih besar daripada pengaruh langsung, yang artinya kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah akan memiliki pengaruh lebih besar jika melalui kepuasan nasabah.
4.	Fitri Peni Mardiyah, (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2021)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan <i>Mobile Banking</i> BCA dengan Kepuasan Sebagai Mediator (Variabel Intervening)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa enam hipotesis menyatakan signifikan. Kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
5.	Siti Nur Halimah, (Skripsi, IAIN Salatiga, 2019)	Pengaruh Internet Banking dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Tingkat Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BNI Syariah KC Surakarta)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh internet banking terhadap loyalitas berpengaruh positif namun tidak signifikan ditolak. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas berpengaruh positif dan signifikan diterima. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif dan signifikan diterima. Internet Banking berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh negatif dan tidak signifikan ditolak. Kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel

			intervening berpengaruh positif dan signifikan diterima.
6.	Faiqotur Rohmah, (Skripsi, IAIN Salatiga, 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, <i>Brand Image</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Loyalitas Nasabah BTN Syariah KC Semarang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t menunjukkan citra perusahaan, <i>brand image</i> dan <i>corporate social responsibility</i> secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Uji F menunjukkan kualitas pelayanan, citra perusahaan, <i>brand image</i> dan <i>corporate social responsibility</i> secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan pengaruh sebesar 38,8% sisanya 61,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model ini. Uji path analysis menunjukkan bahwa citra perusahaan, <i>brand image</i> dan <i>corporate social responsibility</i> secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan dimediasi oleh kepuasan. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan dimediasi oleh kepuasan.

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian peneliti saat ini adalah:

Perbedaan penelitian Riko Prasetyo dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di masa pandemi covid-19 pada Bank CIMB Niaga Kota

Surabaya, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BSI KC Padangsidempuan dan bukan pada masa pandemi covid-19. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan layanan *mobile banking* sebagai variabel X, loyalitas nasabah sebagai variabel Y, dan kepuasan nasabah sebagai variabel Z.

Perbedaan penelitian Sarimuda dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut menggunakan kebahagiaan nasabah sebagai variabel intervening nya, dan tempat penelitian tersebut berada di Bank BCA Jambi, sedangkan penelitian ini menggunakan kepuasan sebagai variabel intervening nya dan tempat penelitian ini berada di BSI KC Padangsidempuan. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan layanan *mobile banking* sebagai variabel X, dan loyalitas nasabah sebagai variabel Y.

Perbedaan penelitian Khofifah dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada Bank BRI di Indonesia, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BSI KC Padangsidempuan. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan layanan *mobile banking* sebagai variabel X, loyalitas nasabah sebagai variabel Y, dan kepuasan nasabah sebagai variabel Z.

Perbedaan penelitian Fitri Peni Mardiyah dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada pelanggan *mobile banking* BCA, sedangkan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BSI KC Padangsidempuan. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan kepuasan sebagai variabel intervening (variabel Z).

Perbedaan penelitian Siti Nur Halimah dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut meneliti seluruh internet banking dan tempat penelitian berada BNI Syariah KC Surakarta, sedangkan peneliti hanya meneliti *mobile banking* saja dan tempat penelitian berada di BSI KC Padangsidempuan.

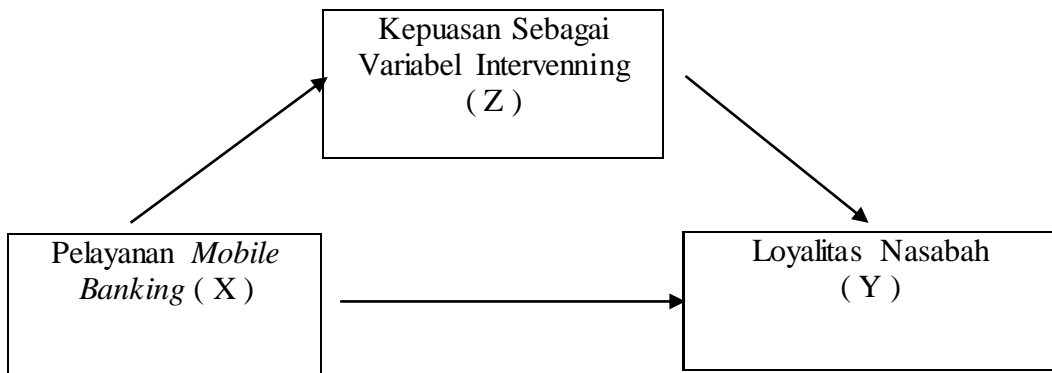
Perbedaan penelitian Faiqotur Rohmah dengan penelitian ini adalah penelitian tersebut menggunakan kualitas pelayanan, citra perusahaan, *brand image* dan *social responsibility* sebagai variabel independen (variabel X), sedangkan penelitian ini hanya menggunakan layanan *mobile banking* sebagai variabel independen (variabel X). Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan kepuasan sebagai variabel intervening (variabel Z).

C. Kerangka Pikir

Pada penjelasan sebelumnya maka dasar pemikiran dengan penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan yang di pengaruhi oleh variabel independen yaitu pelayanan *mobile banking*, loyalitas nasabah. Dengan

demikian kerangka pemikiran penelitian tersebut adalah di gambarkan sebagai berikut:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Tetapi perlu diketahui bahwa setiap penelitian harus merumuskan hipotesis. Berdasarkan dari pengamatan peneliti permasalahan yang terjadi diatas maka jawaban sementara (hipotesis) yaitu:

H₁ : Adanya pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan sebagai variabel intervening.

H₂ : Adanya pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah

H₃ : Adanya pengaruh kepuasan sebagai variabel intervening terhadap loyalitas nasabah

H₄ : Pelayanan *mobile banking* dan kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah

BAB III METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Padangsidempuan, Jl. Sudirman Kel No. 130 A, Wek 1, Kec. Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara Kode Pos 22711. Sedangkan waktu penelitian dimulai dari bulan Juni 2022 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian dengan survey, karena penelitian ini informasi yang dikumpulkan mengambil sampel dari satu populasi atau sampel menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka. Penelitian kuantitatif yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengembalian sampelnya dilakukan secara random pengumpulan data digunakan dalam instrumen penelitian. Pendekatan yang digunakan ialah pendekatan deskriptif kuantitatif. Metode deskriptif merupakan proses pemecah masalah yang sistematis dengan menggambarkan suatu penelitian sesuai dengan kenyataan tanda adanya subjektifitas.¹

¹ Asminasi Alsa, *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012), hlm.13.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang diteliti dan mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulannya. Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.² Populasinya didalam penelitian ini adalah masyarakat yang menggunakan *mobile banking*. Jumlah Nasabah yang menggunakan *mobile banking* pada tahun 2021- 2022 sebanyak 15.500 nasabah. Berdasarkan data yang sudah dijelaskan diatas maka populasi dalam penelitian ini adalah 15.500 nasabah.

2. Sampel

Sampel ialah wakil atau sebagian dari populasi yang akan di teliti. Proses pemilihan sampel dari populasi dengan tujuan mendapatkan kesimpulan umum mengenai populasi berdasarkan hasil penelitian terdapat sampel yang dipilih. Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan banyaknya sampel pada penelitan ini menggunakan rumus slovin, yakni sebagai berikut:

² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: RinekaCipta, 2010), hlm. 173.

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

Keterangan :

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

e : Standar *error*

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{Ne^2 + 1} \\ &= \frac{15.500}{15.500(0,1)^2 + 1} \\ &= 99 \end{aligned}$$

Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 99 orang.

Berdasarkan perhitungan diatas jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 99 orang. Dalam penelitian ini tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampling asidental* (*accidental sampling*) yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dianggap dapat digunakan sebagai sampel.³

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua macam data yang digunakan oleh penulis yaitu:

³V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2021). hal. 60.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan sendiri oleh penelitian langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara langsung pada saat pengisian kuesioner atau angket kepada nasabah pengguna *mobile banking* di BSI KC Padangsidempuan.⁴

2. Data Sekunder

Mengacu pada informasi yang dikumpulkan oleh seorang dan bukan peneliti yang studi mutakhir. Dalam hal ini penulis memperoleh dari data informasi yang diambil dari buku, jurnal, internet, dan kepustakaan lain sebagai bahan penunjang penelitian yang berkaitan dengan pembahasan ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner / Angket

Kuesioner atau angket dalam penelitian tindakan digunakan untuk mendapatkan informasi dari publik untuk memecahkan masalah praktis. Kuisioner adalah memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden. Penelitian tindakan dilakukan pada lingkup yang luas yang didasarkan pada perspektif sosiologis dan pertanyaan-pertanyaan Dalam kuesioner digunakan untuk membantu responden mengungkapkan pengalaman praktis sehari-hari dalam hidupnya. Kuesioner ditujukan kepada nasabah pengguna *mobile banking* di BSI KC Padangsidempuan.

⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: ALFABETA, 2012), hlm. 89.

Dari setiap jawaban responden terdapat daftar pernyataan yang diajukan, kemudian diberi skor tertentu. Skor tersebut yaitu antara 1 sampai dengan 5, dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel III.1
Penetapan Skor Alternatif atas Jawaban Kuesioner

Kategori Jawaban	Skor Pernyataan
	Positif
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Angket yang dibuat dalam penelitian ini yaitu tentang pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan yang akan disebutkan kepada para responden, adapun indikator angketnya sebagai berikut:

Tabel III.2
Kisi-Kisi Kuesioner Pelayanan
Mobile Banking, Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah

No.	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1.	Pelayanan Mobile Banking (X)	1. Kepatuhan (<i>Compliance</i>) 2. Jaminan (<i>Assurance</i>) 3. Keandalan (<i>Realibity</i>) 4. Bukti fisik (<i>Tangibles</i>) 5. Empati (<i>Empathy</i>) 6. Tanggapan (<i>Responsiveness</i>)	1,2 3,4 5,6 7,8 9,10 11,12
2.	Loyalitas Nasabah (Y)	1. Pembelian berulang 2. Kesetiaan 3. Membeli produk antar lini produk 4. Mempromosikan kepada orang lain	1 2 3 4
3.	Kepuasan Nasabah (Z)	1. Kesesuaian harapan 2. Minat menggunakan kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan	1 2 3

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, yakni melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas

pertanyaan itu. Wawancara adalah sebuah interaksi yang didalamnya terdapat pertukaran atau berbagai aturan, atau tanggung jawab, perasaan, kepercayaan, motif dan informasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data yang dihasilkan dengan wawancara dan kuisioner sehingga datanya akurat dan terpercaya. Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan kategori dan klasifikasi bahan bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah penelitian, baik dari sumber dokumen arsip, brosur-brosur, buku, dan majalah dan lainnya.

F. Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah indikator sarana penelitian (instrumen) yang dilakukan untuk melihat perkiraan mengenai kevalidan tiap indikator dan sarana penelitian (instrumen). Sebuah alat instrumen atau tes bisa dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika instrumennya memberikan hasil ukur atau menjalankan fungsi ukurannya. Jika *person correlation* yang diperoleh mempunyai nilai dibawah 0,1 maka data yang didapatkan adalah valid.⁵

2. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas berarti stabilitas dan konsistensi. kuesioner dapat

⁵ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2015), hlm. 234.

dikatakan *reliable* apabila jawaban responden akan pertanyaan pertanyaan yang stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. kuesioner dikatakan handal atau *reliable* apabila mempunyai nilai Cronbach alpha diatas 0,60. Jika reliabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.⁶

G. Uji Asumsi Dasar

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dalam penelitian ini digunakan dengan melihat *Kolmogorov-smirnow* yang membandingkan distribusi kumulatif dari dua data yang sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal. Ada beberapa Teknik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data antara lain uji *Chi-kuadrat*, uji *Liliefors*, *One-sample Kolmogorov Smirnov*. Untuk penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 26 dengan melihat *One-Sample Kolmogorov Smirnov*.⁷

Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,1 maka ketentuan uji normalitas dapat diketahui sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

⁶ Aprilinda Ramadhani dan Insandscript, *SPSS untuk UKM*, (Jakarta: Alex Media Komputrindo, 2009), hlm. 90.

⁷Syofian, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 90.

- b. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka sampel berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara relevan. Uji ini biasa dibuat sebagai syarat sebelum analisis regresi linear dan korelasi. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,1

H. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Untuk mengetahui penyimpangan dengan melihat adanya pengaruh linear antar variabel independen dalam model regresi. Metode pengujian yang digunakan untuk melihat nilai Inflation Factor (VIF) pada model regresi. Jika VIF 10 dan tolerance mendekati 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

2. Uji Heteroskedastisitas

Adalah varian residual yang tidak konstan pada regresi sehingga akurasi hasil prediksi menjadi meragukan. Heteroskedastisitas dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Suatu regresi

dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas-nya apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu.⁸

I. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Metode pengujian bertujuan menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi keputusan dilakukan dengan tingkat 5%. Maka terdapat pengaruh antara variabel bebas dengan terikat. Jika terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama sama yaitu variabel independen dengan variabel dependen. Untuk melakukan pengujian hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa apabila nilai signifikansi $>0,05$ maka H_a ditolak sedangkan apabila nilai signifikansi $<0,05$ maka H_a diterima.⁹

J. Uji Koefisien determinasi (R^2)

⁸Ali Hardana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil Di Kota Padangsidimpuan Dan Kabupaten Tapanuli Selatan", *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol. 4, No. 1 (2018), hlm. 136.

⁹Jubile Interprise" *SPSS Untuk Pemula*", (Jakarta: PT. Elex Media Komputido, 2014), Hlm. 43.

Uji koefisien bertujuan untuk mengetahui seberapa bisa variabel independen menjelaskan variabel dependen. Uji determinasi dapat dilihat melalui *R square*, nilai *R square* dikatakan baik jika diatas 0,5.

K. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Analisis jalur sendiri tidak dapat menentukan hubungan sebab akibat dan juga tidak dapat digunakan sebagai substitusi bagi peneliti untuk melihat hubungan kausalitas antar variabel. Hubungan kausalitas antar variabel telah dibentuk dengan model berdasarkan landasan teoritis. Apa yang dapat dilakukan oleh analisis jalur adalah menentukan pola hubungan antara tiga atau lebih variabel dan tidak dapat digunakan untuk mengkonfirmasi atau menolak hipotesis kausalitas imajener.¹⁰

Analisis Jalur (Path jalu) Model I :

$$Y = \beta_1 X + e_1$$

$$LN = PM + e$$

Analisis Jalur (Path jalu) Model II:

$$Z = \beta_1 X + \beta_2 Y + e_2$$

$$KP = PM + LN + e_2$$

Keterangan:

Z = Variabel terikat (kepuasan sebagai variabel intervening)

a = Konstanta

¹⁰ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 249.

b_1b_2 = Koefisien Korelasi

X = Pelayanan *mobile banking*

Y = Loyalitas nasabah

e = Error

Sedangkan bentuk persamaan Analisis Jalur akan saya sesuaikan dengan judul pada variabel skripsi saya yaitu:

$$K = \alpha + \beta_1 PM + \beta_2 LN + e$$

Keterangan:

K = Kepuasan sebagai variabel intervening

α = Konstanta

$\beta_1\beta_2$ = Koefisien regresi variabel independen

PM = Pelayanan Mobile banking

LN = Loyalitas nasabah

e = Error

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).¹

¹ Hasil Wawancara dengan Bapak Zulfika, Branch Manager PT. BSI KC Padangsidempuan Pada 16 februari 2023 Pukul 09:30 WIB.

Proses merger tiga Bank Syariah besar di Indonesia menjadi salah satu tonggak sejarah yang akan membuka banyak peluang-peluang baru dalam mendukung perekonomian masyarakat secara nasional. Setiap Bank Syariah memiliki latar belakang dan sejarahnya sendiri sehingga semakin menguatkan posisi BSI kedepannya.

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Surat yang di rilis dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank hasil penggabungan.

Dengan di keluarkannya surat dari OJK ini maka semakin menguatkan posisi BSI untuk melakukan aktivitas perbankan berlandaskan konsep syariah dan penggabungan dari 3 Bank pembentuknya. Dan di ikuti dengan kebijakan tersebut maka seluruh bank syariah yang berada di kota Padangsidempuan menjadi Bank Syariah Indonesia.

Manajemen Bank Syariah Indonesia (BSI) gabungan BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah wilayah Kota Padangsidempuan menyebutkan kantor pelayanannya dipusatkan di bekas kantor Bank Syariah Mandiri berlokasi di Jl.Sudirman No.130, Wek I,

Padangsidempuan Utara, Kota Padangsidempuan, Sumatera Utara 22711. “Setelah diresmikan dan mulai beroperasi pada 1 Februari kantor Bank Syariah Indonesia (BSI) Padangsidempuan ditempatkan di kantor BSM lama Padangsidempuan”.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi Bank Syariah Indonesia

Menjadi top 10 Bank Syariah global berdasarkan kapitalisasi pasar dalam waktu 5 tahun.

b. Misi Bank Syariah Indonesia

1) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia artinya Melayani lebih dari 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset dan nilai buku 50 di tahun 2025.

2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham artinya Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia dan valuasi kuat.

Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia artinya Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.²

² <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami> diakses pada 16 Februari 2023 pukul 22:43 WIB.

B. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu menguraikan jenis kelamin responden yaitu laki-laki dan perempuan.

Hal ini dapat disajikan melalui tabel berikut:

Tabel IV.1

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	24	24%
2	Perempuan	75	76%
	Total	99	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023.

Berdasarkan tabel IV.1 menunjukkan hasil responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit daripada perempuan dengan Persentase 24%. Sedangkan Responden laki-laki sebanyak 76%. Artinya perempuan lebih dominan menggunakan *Mobile banking* dalam kegiatan *financial*.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan umur atau usia yang dijadikan sampel penelitian. Berikut ini disajikan karakteristik responden berdasarkan usia pada tabel IV.2 berikut:

Tabel IV.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia		
	Rentang Umur	Frekuensi	Persentase
1	19	2	2%
2	20	6	6%

3	21	17	17%
4	22	35	35%
5	23	31	31%
6	24	2	2%
7	25	5	5%
8	26	1	1%
9	Total	99	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

3. Karakteristik Responden berdasarkan Alamat

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Menurut Alamat/Domisili

No.	Jenis Kecamatan	Frekuensi	Persentase
1	Padangsidempuan Utara	86	87%
2	Padangsidempuan Tenggara	1	1%
3	Padangsidempuan Selatan	2	2%
4	Padangsidempuan Batunadua	2	2%
5	Padangsidempuan Angkola Julu	3	3%
6	Padangsidempuan Hutaimbaru	5	5%
	TOTAL	99	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

3) Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel IV.4
Karakteristik Responden Jenis Pekerjaan

1	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
2	Mahasiswa/Pelajar	86	87%
3	belum bekerja	1	1%
4	Pegawai/ASN/TNI/Polri	2	2%
5	Karyawan/Buruh	2	2%
6	Wiraswasta/wirausaha	3	3%
	lainnya	5	5%
	Total	99	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel IV.4 menguraikan karakteristik responden menurut jenis pekerjaan dalam penggunaan Pelayanan *Mobile Banking* di Padangsidempuan yaitu Pegawai/ASN/TNI/POLRI sebanyak 2 orang dengan persentase 2%. Kemudian pekerjaan sebagai karyawan sebanyak 2 orang dengan persentase 2%. Dan mahasiswa berjumlah 86 orang dengan persentase 86%. Dan juga wiraswasta sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, Belum Bekerja 1 orang atau 1 %, di susul dengan Lainnya sebanyak 5 orang dengan pesentase 5%.

C. Hasil Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami, untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SPSS 26 sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas adalah indikator sarana penelitian (instrumen) yang dilakukan untuk melihat perkiraan mengenai kevalidan tiap indikator dan sarana penelitian (instrumen). Sebuah alat instrumen atau tes bisa dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika instrumennya memberikan hasil ukur atau menjalankan fungsi ukurannya. Jika *person correlation* yang diperoleh mempunyai nilai dibawah 0,1 maka data yang didapatkan adalah valid.

1) Hasil Uji Validitas Pelayanan *Mobile Banking*

Tabel IV.5
Hasil Uji Validitas Pelayanan *Mobile Banking* (X)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,713	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 99 - 2 = 97$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1663	Valid
2	0,626		Valid
3	0,527		Valid
4	0,658		Valid
5	0,720		Valid
6	0,743		Valid
7	0,670		Valid
8	0,663		Valid
9	0,704		Valid
10	0,716		Valid
11	0,647		Valid
12	0,514		Valid

Uji validitas pelayanan *Mobile banking* pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai pelayanan *mobile banking* dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 12 adalah valid. Karena kedua belas item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 97$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1663. Sehingga kedua belas item angket harga dinyatakan valid.

2) Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Tabel IV.6
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,747	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 99 - 2 = 97$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1663	Valid
2	0,806		Valid
3	0,797		Valid
4	0,787		Valid

Uji validitas loyalitas nasabah pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai loyalitas nasabah dari pernyataan 1 sampai dengan pernyataan 4 adalah valid. Karena keempat item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 97$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,1663. Sehingga keempat item angket harga dinyatakan valid.

3) Hasil Uji Validitas kepuasan

Tabel IV.7
Hasil Uji Validitas Kepuasan (Z)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,833	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 99 - 2 = 97$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,1663	Valid
2	0,753		Valid
3	0,805		Valid

Uji validitas kepuasan pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa nilai item pernyataan 1, 2, dan 3 menunjukkan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ sehingga item-item pernyataan tersebut dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berarti stabilitas dan konsistensi. Kuesioner dapat dikatakan *reliable* apabila jawaban responden akan pertanyaan-pertanyaan yang stabil dan konsisten dari waktu ke waktu. Kuesioner dikatakan handal atau *reliable* apabila mempunyai nilai *Cronbach alpha* diatas 0,60. Jika reliabilitas

kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik.

Tabel IV.8
Uji Reabilitas

NO.	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
1	Pelayanan Mobile banking	0.881	Reliabel
2	Loyalitas Nasabah	0.789	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah (Variabel Intervening)	0.714	Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan mobile banking, loyalitas nasabah dan kepuasan dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan mobile banking, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas ialah guna melihat nilai residual apakah terdistribusi normal atau tidak. Nilai residual yang terdistribusi normal menunjukkan model regresi yang baik.³ Dalam penelitian ini, uji normalitas yang digunakan ialah uji *Kolmogrov-Smirnov* dengan melihat nilai *Exact Sig.2 tailed.*> 0,1.

³Agus Tri Basukidan Nano Prawoto, *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi Aplikasi SPSS dan Eviews)*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2016), hlm. 106.

Tabel IV.9

Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.72757594
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.109
	Negative	-.098
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.176
Point Probability		.000

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel IV.7 nilai signifikansi (*Exact sig. 2-tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,176 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 ($0,176 > 0,1$). jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak secara Relevan. Uji ini biasa dibuat sebagai syarat sebelum analisis regresi linear dan korelasi. Pengujian pada SPSS dengan

menggunakan *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,1.

Tabel IV.10
Hasil Uji Linearitas Pelayanan *Mobile Banking* (X)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas nasabah * Pelayanan <i>Mobile banking</i>	Between Groups	(Combined)	216.410	19	11.390	4.076	0.000
		Linearity	154.110	1	154.110	55.149	0.000
		Deviation from Linearity	62.300	18	3.461	1.239	0.253
	Within Groups		220.761	79	2.794		
	Total		437.172	98			

Hasil uji linearitas antara pelayanan *mobile banking* dengan data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $< 0,1$. Nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan data pelayanan *mobile banking* dan kepuasan sebagai variabel intervening memiliki hubungan yang linear.

Tabel IV.11
Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah (Y)

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas nasabah * Kepuasan Nasabah (Variabel Intervening)	Between Groups	(Combined)	322.810	7	46.116	36.695	0.000
		Linearity	303.393	1	303.393	241.415	0.000
		Deviation from Linearity	19.417	6	3.236	2.575	0.024
	Within Groups		114.362	91	1.257		

	Total	437.172	98			
--	-------	---------	----	--	--	--

Hasil uji linearitas antara loyalitas dengan kepuasan berdasarkan pada tabel IV.9 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan $< 0,1$. Nilai signifikan $0,000 < 0,1$. Maka dapat disimpulkan data loyalitas nasabah dan kepuasan sebagai variabel intervening memiliki hubungan yang linear.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikoleniaritas

Uji Multikoleniaritas di penelitian ini berguna untuk menguji apakah model regresi ditemui adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Apabila tidak terjadi korelasi diantara variabel independen maka disebut model regresi yang baik. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikoleniaritas dalam model regresi adalah dengan: Melihat nilai *tolerance* dan *variance. Inflation Factor* (VIF). Dimana nilai *Tolerance* harus mendekati 1 dan nilai VIF harus dibawah 10 dari setiap variabel yang diteliti.

Tabel IV.12
Hasil Uji Multikoleniaritas

Model		Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X	,569	1,757
	Z	,569	1,757

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel pelayanan *mobile banking* ($1,757 < 10$), Kepuasan Nasabah ($1,1757 < 10$) jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Sementara nilai *tolerance* untuk variabel pelayanan *mobile banking* adalah $0,569 > 0,1$ dan Kepuasan Nasabah $0,569 > 0,1$ jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar 0,1 (*tolerance* $> 0,1$) berdasarkan penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas bisa dilakukan melalui uji glejser. Uji glejser dibuat dengan menafsirkan variabel-variabel bebas dengan nilai absolute residual.

Tabel IV.13
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.146	0.507		0.289	0.773
	Pelayanan Mobile banking	0.017	0.013	0.176	1.313	0.192
	Kepuasan Nasabah (-0.037	0.047	-0.107	-0.802	0.425

Varibel Intervening)					
a. Dependent Variable: ABS_RES					

Dari Tabel IV.11 dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,1 dimana pelayanan *mobile banking* $0,192 > 0,1$ loyalitas nasabah $0,425 > 0,1$ Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel IV.14
Hasil Output Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.102	1.212		-0.084	0.933
	Pelayanan Mobile banking	0.034	0.031	0.083	1.110	0.270
	Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	1.165	0.111	0.779	10.475	0.000
a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah						

Dari hasil uji parsial di atas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel independen, jadi $df = 99 - 3 - 1 = 95$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,1) diperoleh t_{tabel} sebesar 1,66105

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

- 1) Variabel pelayanan *mobile banking* memiliki nilai t_{hitung} 1,110 sedangkan t_{tabel} 1,66105. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,110 > 1,66105$). Maka H_{a1} ditolak H_{o1} diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan *mobile banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.
- 2) Variabel Kepuasan Nasabah memiliki nilai t_{hitung} 10,475 sedangkan t_{tabel} 1,66105. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,475 > 1,66105$). Maka H_{a2} diterima H_{o2} ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan sebagai variabel intervening berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

b. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Tabel IV.15
Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.089	2	152.545	110.872	.000 ^b
	Residual	132.082	96	1.376		
	Total	437.172	98			
a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking						

Nilai F_{tabel} untuk nilai signifikan 0,1 dengan *regression* $df = n - k - 1 = 99 - 3 - 1 = 95$ maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} adalah sebesar 2,76. Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 110,872 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,76 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_{a3} diterima H_{o3} ditolak. Jadi dapat

disimpulkan bahwa pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Tabel IV.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	0.698	0.692	1.17297
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking				

Berdasarkan tabel IV.13 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diatas diperoleh angka *R square* 0,698 atau 69,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan sebesar 69,8% Sisanya sebesar 0,302 atau (30,2%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

6. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori.⁴

a. Pengaruh Pelayanan Mobile banking terhadap kepuasan Nasabah

⁴ Imam Ghozali, *Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi ketujuh*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 249.

Koefisien jalur adalah standardized koefisien regresi. Hasil analisis regresi pengaruh pelayanan Mobile banking terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.17

Hasil Analisis simultan pelayanan Mobile banking terhadap kepuasan Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	0.431	0.425	1.07059
a. Predictors: (Constant), Pelayanan Mobile banking				

Tabel diatas menunjukkan nilai R^2 (R square) sebesar 0,431. Nilai R^2 ini digunakan dalam perhitungan nilai e1. e1 merupakan varian variabel kepuasan yang tidak dijelaskan oleh internet banking dan kualitas pelayanan. Besarnya, $e1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,431} = 0,754$

Tabel 4.18

Hasil Analisis Regresi pelayanan Mobile banking terhadap Kepuasan Nasabah

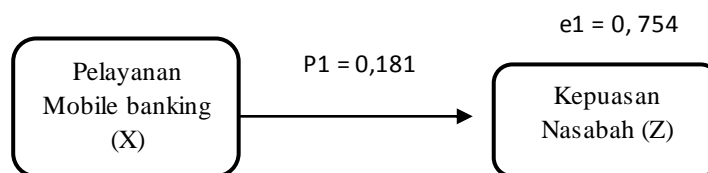
Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.089	1.061		2.911	0.004		
	Pelayanan Mobile banking	0.181	0.021	0.656	8.567	0.000	1.000	1.000
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Variabel Intervening)								

$$Y = \beta_1 X + e_1$$

$$LN = PM + e$$

Hasil output SPSS memberikan nilai standarized coefficient beta kemampuan kerja pada p1 sebesar 0.656 dan signifikan pada 0,000, Koefisien bernilai positif yang berarti pelayanan mobile banking mempengaruhi kepada Kepuasan Nasabah.

Model Jalur I : Jalur Persamaan Regresi Pertama



- b. Pengaruh Pelayanan Mobile banking terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah

Hasil analisis regresi kemampuan pelayanan Mobile Banking terhadap loyalitas Nasabah melalui kepuasan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.19

Hasil Uji Simultan Pelayanan Mobile banking terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	0.698	0.692	1.17297
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking				

Tabel diatas menunjukkan nilai R² (R Square) sebesar 0,698.

Nilai R² ini digunakan dalam penghitungan nilai e₂. e₂ merupakan

varian variabel loyalitas yang tidak dijelaskan oleh kemampuan internet banking dan kualitas pelayanan, besarnya $e^2 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,698} = 0,549$

Tabel 4.20

Hasil Uji Regresi Pelayanan Mobile banking terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.102	1.212		-0.084	0.933
	Pelayanan Mobile banking	0.034	0.031	0.083	1.110	0.270
	Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	1.165	0.111	0.779	10.475	0.000

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

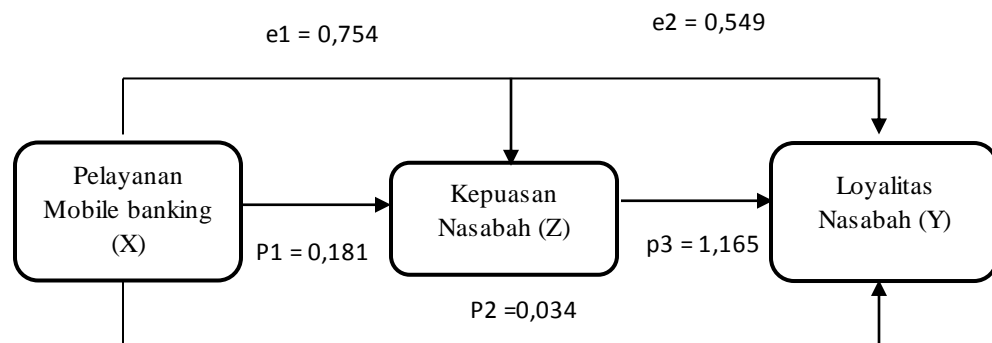
$$Z = \beta_1 X + \beta_2 Y + e^2$$

$$KP = PM + LN + e^2$$

Dari persamaan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa dalam tabel coefficients diketahui Mobile banking (X) dengan nilai signifikansi 0,270 > besar dari 0,1 yang berarti Mobile banking mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui Kepuasan Nasabah (Z) dengan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,1 yang menyatakan bahwa kepuasan Nasabah signifikan terhadap loyalitas nasabah. Besarnya nilai R^2 atau R Square yang terdapat pada tabel model summary adalah sebesar 0,698, hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh pelayanan Mobile banking melalui Keputusan nasabah sebagai Variabel intervening terhadap

loyalitas 69,8% sisanya 30,2% merupakan dari kontribusi variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Model Jalur II Penelitian ini adalah sebagai berikut :



C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan. Setelah peneliti melakukan penyebaran angket secara langsung kepada nasabah dan mengolah hasil jawaban para responden dari angket yang peneliti sebarakan melalui aplikasi SPSS versi 25 adalah sebagai berikut:

2. Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (Uji R^2)

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) hasil analisis diatas diperoleh angka *R square* 0,698 atau 69,8%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah berpengaruh terhadap kepuasan sebesar 69,8% Sisanya sebesar 0,302 atau

(30,2%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rancangan pengujian hipotesis digunakan untuk mengetahui korelasi dari kedua variabel yang diteliti.⁵

- a. Pengaruh pelayanan *mobile banking* terhadap kepuasan sebagai variabel intervening di bank syariah indonesia.

Secara parsial terdapat pengaruh antara pelayanan *mobile banking* dengan kepuasan sebagai variabel intervening di bank syariah indonesia. Dengan nilai t_{hitung} 1,110 sedangkan t_{tabel} 1,66105, Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,110 > 1,66105$).

Karena nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka H_a ditolak dan H_0 diterima yang dapat diartikan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel pelayanan *mobile banking* terhadap Kepuasan sebagai variabel intervening di bank syariah indonesia.

- b. Pengaruh pelayanan *mobile banking* melalui Kepuasan sebagai variabel intervening terhadap loyalitas nasabah di bank syariah indonesia.

Secara parsial terdapat pengaruh antara loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening di bank syariah indonesia,

⁵ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif" (Bandung: Alfabeta, 2018) hlm. 223

dengan nilai t_{hitung} 10,475 sedangkan t_{tabel} 1,66105. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,465 > 1,66105$).

Karena nilai $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} maka H_a diterima dan H_0 ditolak yang dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan mobile banking melalui Kepuasan nasabah sebagai variabel intervening terhadap loyalitas nasabah di bank syariah indonesia.

4. Hasil Uji Signifikansi Simultansi (Uji F)

Secara simultan menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening di bank syariah indonesia, dengan nilai F_{hitung} sebesar 11,872 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,76 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_{a4} diterima H_{o4} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan sebagai variabel intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan.

5. Hasil Uji Path Jalur

- a. Analisis pengaruh variabel X terhadap Y dari tabel di atas di peroleh nilai signifikansi sebesar $0,270 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung tidak terdapat pengaruh signifikan X terhadap Y.

- b. Analisis pengaruh variabel X terhadap Z dari tabel di atas di peroleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X terhadap Z.
- c. Analisis pengaruh variabel Z terhadap Y dari tabel di atas di peroleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,1$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan Z terhadap Y.
- d. Analisis pengaruh variabel X terhadap Y dengan Z sebagai Variabel Intervening dari tabel di atas di peroleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh signifikan X, Y terhadap Z.

D. Keterbatasan Peneliti

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu variabel Pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening.
2. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat mempengaruhi validitas yang diperoleh.

3. Keterbatasan dalam menyebarkan angket dimana peneliti menyebarkan angket hanya kepada nasabah yang menggunakan layanan *mobile banking* di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan .

Meskipun demikian peneliti tetap berusaha dan selalu sabar dalam melakukan penelitian agar penelitian ini maksimal. Akhirnya dengan segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih sempurna lagi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan :

1. Terdapat Pengaruh antara Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah.
2. Terdapat Pengaruh antara Pelayanan *mobile Banking* Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.
3. Terdapat Pengaruh antara Loyalitas Nasabah Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.
4. Terdapat Pengaruh secara simultan antara Pelayanan *mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran yang dapat diberikan peneliti sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya,

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel yang sudah ada dalam penelitian ini seperti variabel pelayanan *mobile banking*, loyalitas nasabah dan kepuasan sebagai variabel intervening.

2. Bagi Nasabah,

Penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi nasabah yang hendak menggunakan layanan *mobile Banking* di Bank Syariah Indonesia dengan mempertimbangkan variabel yang sudah ada dalam penelitian ini seperti Pelayanan *mobile banking*, Loyalitas nasabah dan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank syariah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Nasser Hasibuan, dkk. "Analysis Of The Behavior Of Using Mobile Banking Services For Students". *Al-Mashrif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*. Vol. 10, No. 2, 2022.
- Aditya Wardana. "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking (M Banking)* Terhadap Kepuasan Nasabah di Indonesia". *DeReMa Jurnal Manajemen*. Vol. 1, No. 2.
- Ali Hardana. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil Di Kota Padangsidempuan Dan Kabupaten Tapanuli Selatan". *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*. Vol. 4, No. 1, 2018.
- Amstrong, Kotler & Philip. *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2010.
- Anggita Virgian Pramesti. "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah di Bank BRI SYARIAH KCP AJIBARANG". *Skripsi*. Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri (IAIN), 2020.
- Aprilia Putri Ningtias. "Permasalahan dan Solusi Pengembangan Perbankan Syariah di kota Madiun". *Jurnal ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya*. Vol. 8, No. 2, 2020.
- Aprilinda Ramadhani dan Insandscript. *SPSS untuk UKM*. Jakarta: Alex Media Komputrindo, 2009.
- Asminasi Als. *Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2012.
- Cut Lisa Nunzikir. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Serta Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada BNI Syariah Cabang Banda Aceh)". *Skripsi*. Banda Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2019.
- D.R Indah. "Pengaruh *E-Banking* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah". *Jurnal Manajemen Keuangan*. Vol. 5, No. 5, 2016.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gaya Medika, 2014.
- Etta Mamang Sangadji, Sopiah. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Malang: CV. Andi Offset, 2013.

- Eva Indah, dkk. "Determinants of Customer Loyalty". *Journal of Sharia Banking*. Vol. 2, No. 1, 2021.
- Heri Setiawan. "Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Nilai dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Layanan *Mobile Banking*". *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Vol. 20, No. 3, 2016.
- Imam Ghozali. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Inggang Perwangsa. *Etika Pemasaran dan Kepuasan Konsumen dan Pemasaraan Perbankan Syariah*. Malang: UB Pers, 2017.
- Ismail. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2013.
- Jubile Interprise. *SPSS Untuk Pemula*. Jakarta: PT. Elex Media Komputudo, 2014.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Pranadamedia Group, 2015.
- KEMENAG RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Banten: Kementrian Agama RI, 2012.
- Mariatul Adila. "Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi pada PT Bank BRI Syariah KC Margonda Depok)". *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017.
- Mario Ledesman. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan *Mobile Banking*". *Jurnal Perbankan Syariah*, 2018.
- Muhammad Ainun Najib. "Penguatan Prinsip Syariah Pada Bank Syariah". *Jurnal Jurisprudence*. Vol.7, No. 1, 2017.
- Muhammad Said. *Al-Qahthani, Al-Wala' Wal-Bara': Konsep Loyalitas dan Permusuhan dalam Islam*. Jakarta: Ummul Qura, 2013.
- Nurdin Nurdin, dkk. "Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)". *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*. Vol. 2, No. 1, 2020.
- Raysa Sekar Putri. "Pengaruh Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah Semarang". *Skripsi*. Semarang: UIN Walisongo, 2019.

- Sarimuda. "Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Bca Jambi Dengan Kebahagiaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan (Mankeu)*. Vol. 11 No. 01, 2022.
- Sri Imelda, Hikmayanti Huwaida. "Pengaruh Kualitas Layanan *M-Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI KCP Kayu Tangi Banjarmasin". *Jurnal INTEKNA*. Vol. 19, No. 2, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: ALFABETA, 2012.
- Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sumarti Murti. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta: Liberty, 2011.
- Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Tim Penyusun OJK. *Bijak Ber-Electronic Banking*. Jakarta, 2015.
- V. Wiratna Sujarweni. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2021.
- Wawancara dengan Saudara Rahman, Pengguna *Mobile Banking* di BSI KC Padangsidempuan, Pada tanggal 26 Juli 2022 Pukul 15:00 WIB.
- Wawancara dengan Saudari Haryeni, Nasabah BSI KC Padangsidempuan, Pada tanggal 26 Juli 2022, Pukul 14.30 WIB.
- Wawancara dengan Bapak Zulfika, Branch Manager PT. BSI KC Padangsidempuan Pada 16 februari 2023 Pukul 09:30 WIB.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar
Tempat/Tanggal Lahir : Sababangunan/09 Januari 2000
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Agama : Islam
Anak Ke : 4 dari 5 Bersaudara
Status : Mahasiswa
Alamat : Sababangunan, Gunung Tua, Sumut.
Nomor HP/ Email : 082252531099/ pangulusiregar0901@gmail.com

DATA ORANG TUA / WALI

Nama Orang Tua/Wali

Ayah : Jarulan Siregar
Ibu : Rosmawarni Harahap

Pekerjaan Orang Tua/Wali

Ayah : Petani
Ibu : Petani

Alamat Orang Tua/Wali : Sababangunan, Gunung Tua, Sumut.

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2006-2012 : SD Negeri 101230 Sababangunan
Tahun 2012-2015 : MTsS Syahbuddin Musthafa Nauli
Tahun 2015-2018 : MAS Syahbuddin Musthafa Nauli
Tahun 2018 -2023 : Program Sarjana (Strata -1) Perbankan Syariah UIN Syekh Ali Ahmad Addary Padangsidempuan



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : ~~1589~~ 7/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/05/2022
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

31 Mei 2022

Yth. Bapak:

1. Abdul Nasser Hasibuan : Pembimbing I
2. Ali Hardana : Pembimbing II

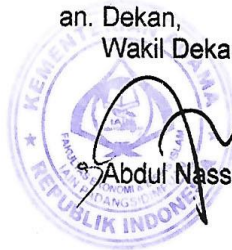
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM : 1840100052
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 55 /Un.28/G.1/G.4c/TL.00/01/2023
Hal : **Mohon Izin Riset**

05 Januari 2023

Yth. Pimpinan BSI KC Padangsidempuan

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM : 1840100052
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening di BSI KC Padangsidempuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

03 Februari 2023
No.03/119-3/0043

PT Bank Syariah Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidempuan
Jl. Sudirman (ex. Merdeka) No.130A
Padangsidempuan 22718
Telp. (0634) 28200
Fax. (0634) 28103
www.bankbsi.co.id

Kepada
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Padangsidimpuan

Up : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Perihal : **PERSETUJUAN RISET SDR PANGULU PERKASA SAKTI SIREGAR**
Referensi : Surat no 55/Un.28/G.1/G.4c/TL.00/01/2023 Tanggal 05 Januari 2023 Perihal Mohon Izin Riset

Assalaamu'alaikum Wr. Wb

Semoga Bapak beserta seluruh staff selalu dalam keadaan sehat wal'afiat dan senantiasa dalam lindungan dan rahmat dari Allah SWT.

Menunjuk perihal tersebut di atas, bersama ini disampaikan bahwa pelaksanaan riset Mahasiswa Bapak dapat dilaksanakan di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan dengan memperhatikan kode etik dan kerahasiaan bank, dan metode riset yang disetujui yaitu wawancara/kuisisioner, diberikan kepada:

Nama	: Pangulu Perkasa Sakti Siregar
NIM	: 1840100052
Semester	: IX (Sembilan)
Program Studi	: Perbankan Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi	: Pengaruh Pelayanan <i>Mobile Banking</i> Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel <i>Intervening</i> di BSI KC Padangsidimpuan

Demikian disampaikan atas kerjasama Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalaamu'alaikum Wr. Wb

PT. BANK SYARIAH INDONESIA, Tbk.
KC.PADANGSIDIMPUAN


Zulfikar
Branch Manager


Ade Frestian
BOSM

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ali Hardana, S.Pd., M.Si

NIDN : 2013018301

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidimpuan”**.

Yang disusun oleh:

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar

Nim : 18 401 00052

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Perbankan Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Januari
2023

Validator

Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya :

Nama : Pangulu Perkasa Sakti Siregar

NIM : 18 401 00052

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Bank Syariah Indonesia KC Padangsidempuan”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Januari 2023

Hormat Saya

Pangulu Perkasa Sakti Siregar

NIM. 18 401 00052

ANGKET PENELITIAN
PENGARUH PELAYANAN *MOBILE BANKING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
DI BANK SYARIAH INDONESIA KC PADANGSIDIMPUAN

A. IDENTITAS RESPONDEN

Mohon kesediaan Saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan berikut ini, dengan mengisi bagian yang sudah tersedia:

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Alamat :

Lama Menjadi nasabah BSI :

Lama Menggunakan Layanan Mobile banking :

B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

No.	Tanggapan Responden	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3

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

4. Semua jawaban Bapak/Ibu, Saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

Pelayanan *Mobile Banking* (Variabel X)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
Kepatuhan (<i>Compliance</i>)						
1.	Layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia berjalan sesuai hukum dan prinsip syariah.					
2.	Fasilitas transaksi maupun produk jasa yang ada didalam <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia terbebas dari hal-hal yang tidak jelas (<i>gharar</i>).					
3.	<i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia terbebas dari biaya tambahan setiap membuka layanan menu fitur maupun cek saldo.					
Jaminan (<i>Assurance</i>)						
4.	Layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia menjamin kerahasiaan transaksi para nasabah.					
5.	Layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia memiliki kompetensi yang lebih unggul dibanding dengan aplikasi <i>mobile banking</i> lainnya.					
6.	Nasabah merasa bertransaksi menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia lebih terhindar dari bahaya dan risiko.					
Keandalan (<i>Realibility</i>)						
7.	Layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia melakukan pencatatan transaksi yang akurat bebas dari kesalahan.					
8.	<i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.					
9.	Dapat digunakan 24 jam (dapat diandalkan).					
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)						

10.	Tampilan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia jelas, menarik, dan informatif.					
11.	Animasi, grafik, dan gambar memperlancar proses transaksi saat menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia					
12.	Bank Syariah Indonesia mempunyai materi komunikasi seperti banner, brosur, mengenai layanan <i>mobile banking</i> .					
Empati (<i>Emphaty</i>)						
13.	Layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia mudah diakses.					
14.	Costumer Service dapat mendengarkan dan memahami keluhan nasabah dengan baik.					
15.	Costumer Service dapat menjelaskan tata cara bertransaksi melalui <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia dengan bahasa yang mudah dimengerti.					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)						
16.	Proses transaksi menggunakan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia cepat.					
17.	<i>Mobile Banking</i> Bank Syariah Indonesia memberikan konfirmasi layanan atas kegagalan atau keberhasilan dalam bertransaksi.					
18.	Costumer Service dan contact center selalu bersedia membantu keluhan nasabah.					

Loyalitas Nasabah (Variabel Y)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Nasabah akan menggunakan layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia secara teratur.					
2.	Nasabah akan setia menggunakan layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia dibanding dengan layanan <i>mobile banking</i> dari bank lain.					
3.	Nasabah akan menggunakan produk lain yang ditawarkan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia selain produk yang					

	saat ini saya pilih.					
4.	Nasabah akan merekomendasikan produk dan layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia kepada orang lain.					

Kepuasan (Variabel Z)

No.	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia dibanding <i>mobile banking</i> bank lain sesuai dengan kebutuhan nasabah.					
2.	Nasabah akan terus menggunakan layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia secara berkesinambungan.					
3.	Nasabah menyarankan kepada teman, kerabat, maupun saudara untuk menggunakan layanan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Indonesia.					

Padangsidempuan, Januari
2023

Responden

(.....)

LEMBAR VALIDASI
ANGKET PELAYANAN *MOBILE BANKING*

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kepatuhan (<i>Compliance</i>)	1,2,3			
Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,5,6			
Keandalan (<i>Reliability</i>)	7,8,9			
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	10,11,12			
Empati (<i>Emphaty</i>)	13,14,15			
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	16,17,18			

Catatan:

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

Padangsidempuan, Januari
2023

Validator

Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LOYALITAS NASABAH

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(\surd) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Pembelian Berulang	1			
Kesetiaan	2			
Membeli antar lini produk	3			
Mereferensikan kepada orang lain	4			

Catatan:

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

Padangsidempuan, Januari
2023

Validator

Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi) dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kesesuaian Harapan	1			
Minat Menggunakan Kembali	2			
Kesediaan Merekomendasikan	3			

Catatan:

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

Padangsidempuan, Januari
2023

Validator

Ali Hardana, S.Pd., M.Si
NIDN. 2013018301

JENIS KELAMIN RESPONDEN

No.	JENIS KELAMIN	FREKUENSI	PERSENTASE
1	LAKI-LAKI	24	24%
2	PEREMPUAN	75	76%
	TOTAL	99	100%

No.	Pekerjaan		
	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
2	Mahasiswa/Pelajar	86	87%
3	belum bekerja	1	1%
4	Pegawai/ASN/TNI/Polri	2	2%
5	Karyawan/Buruh	2	2%
6	Wiraswasta/wirausaha	3	3%
7	lainnya	5	5%
		99	100%

No.	Jenis Kecamatan		
1	Padangsidimpuan Utara	7	7%
2	Padangsidimpuan Tenggara	82	83%
3	Padangsidimpuan Selatan	4	4%
4	Padangsidimpuan Batunadua	3	3%
5	Padangsidimpuan Angkola Julu	2	2%
6	Padangsidimpuan Hutaimbaru	1	1%
	lainnya	99	100%

No.	Usia		
	Rentang Umur	Frekuensi	Persentase
1	19	2	2%
2	20	6	6%
3	21	17	17%
4	22	35	35%
5	23	31	31%
6	24	2	2%
7	25	5	5%
8	26	1	1%
9	Total	99	100%

X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	Total
5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58
5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	5	47
4	5	5	4	4	4	4	4	3	2	2	3	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	52
4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	48
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	44
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	51
4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	3	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	53
4	5	5	3	3	4	5	4	3	3	3	5	47
5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	58
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	54
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	59
5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	3	4	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	5	4	2	3	4	5	4	5	4	2	4	46

5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	57
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
3	4	4	4	4	2	1	1	2	4	3	4	36
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	45
2	2	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	37
4	3	2	3	3	4	3	5	4	3	4	4	42
5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	49
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	52
4	4	2	4	5	4	4	3	4	4	5	5	48
4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	49
4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4	42
4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	47
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48

Total

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total
5	4	4	4	17
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
3	3	3	4	13
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
3	3	4	3	13
3	3	3	4	13
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
3	2	3	4	12
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
3	3	4	4	14
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	3	5	3	16
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14

5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	3	5	4	16
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	3	3	4	14
3	3	1	2	9
4	4	4	4	16
4	4	2	4	14
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
4	4	4	3	15
2	4	4	3	13
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	3	5	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
3	3	2	3	11
4	4	4	4	16
4	2	3	4	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	3	17
5	4	4	4	17
4	3	4	4	15
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16

3	3	4	4	14
4	4	4	5	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	3	4	4	14
4	2	2	3	11
4	3	4	2	13
5	5	4	4	18
4	2	2	1	9
4	3	4	4	15
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	3	3	15
4	4	4	4	16
4	3	3	5	15
4	4	3	4	15
4	5	3	4	16
4	4	4	3	15

1558

Z.1	Z.2	Z.3	Total
5	4	5	14
5	4	4	13
4	4	4	12
5	3	4	12
3	4	3	10
5	5	5	15
4	4	4	12
3	4	3	10
3	3	4	10
5	5	4	14
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
3	4	3	10
4	5	4	13
4	5	5	14
5	4	4	13
4	4	5	13
4	4	4	12
5	5	4	14
5	5	5	15
4	4	5	13
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	5	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15
4	3	5	12

5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	4	10
4	4	4	12
4	4	4	12
4	3	4	11
2	3	4	9
4	4	4	12
4	3	4	11
4	4	3	11
4	4	5	13
4	4	4	12
4	4	3	11
3	5	4	12
4	4	3	11
3	3	3	9
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
3	4	4	11
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	5	14
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12
5	4	4	13
4	4	4	12
4	4	4	12
5	5	5	15

3	4	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	4	12
3	3	3	9
3	5	3	11
3	4	5	12
3	3	2	8
4	3	3	10
4	3	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
3	4	3	10
4	5	4	13
3	4	4	11
4	4	4	12
4	4	4	12
4	4	4	12

1201

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN (.05) POUT (.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Z
/METHOD=ENTER X Y
/SAVE RESID.

```

Regression LINE BERGANDA R2

Notes

Output Created	27-JUN-2023 21:14:39	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Z /METHOD=ENTER X Y /SAVE RESID.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.05
	Memory Required	2912 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual
-------------------------------	-------	-------------------------

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Loyalitas nasabah, Pelayanan Mobile banking ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.729	.73512

a. Predictors: (Constant), Loyalitas nasabah, Pelayanan Mobile banking

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.415	2	71.707	132.695	.000 ^b
	Residual	51.878	96	.540		
	Total	195.293	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

b. Predictors: (Constant), Loyalitas nasabah, Pelayanan Mobile banking

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.488	.744		1.999	.048
	Pelayanan Mobile banking	.069	.018	.250	3.820	.000

Loyalitas nasabah	.458	.044	.685	10.475	.000
-------------------	------	------	------	--------	------

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.4948	14.7671	12.1313	1.20972	99
Residual	-1.90498	1.88877	.00000	.72758	99
Std. Predicted Value	-3.006	2.179	.000	1.000	99
Std. Residual	-2.591	2.569	.000	.990	99

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

NPAR TESTS

/K-S(NORMAL)=RES_1

/MISSING ANALYSIS

/METHOD=EXACT TIMER(5).

NPar Tests NORMALITAS

Notes

Output Created	27-JUN-2023 21:15:22	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.

Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)=RES_1 /MISSING ANALYSIS /METHOD=EXACT TIMER(5).
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03
	Number of Cases Allowed ^a	786432
	Time for Exact Statistics	0:00:00.00

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.72757594
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.109
	Negative	-.098
Test Statistic		.109
Asymp. Sig. (2-tailed)		.005 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.176
Point Probability		.000

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

```

MEANS TABLES=Y BY X Z
/CELLS=MEAN COUNT STDDEV
/STATISTICS LINEARITY.

```

Means / UJI LINEARITAS

Notes

Output Created		27-JUN-2023 21:16:19
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	For each dependent variable in a table, user-defined missing values for the dependent and all grouping variables are treated as missing.
	Cases Used	Cases used for each table have no missing values in any independent variable, and not all dependent variables have missing values.
Syntax	MEANS TABLES=Y BY X Z /CELLS=MEAN COUNT STDDEV /STATISTICS LINEARITY.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Loyalitas nasabah * Pelayanan Mobile banking	99	100.0%	0	0.0%	99	100.0%
Loyalitas nasabah * Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	99	100.0%	0	0.0%	99	100.0%

Loyalitas nasabah * Pelayanan Mobile banking Report

Loyalitas nasabah

Pelayanan Mobile banking	Mean	N	Std. Deviation
36.00	11.0000	1	.

37.00	18.0000	1	.
41.00	14.0000	1	.
42.00	12.0000	3	3.00000
44.00	13.0000	2	.00000
45.00	15.0000	4	1.41421
46.00	15.0000	5	1.41421
47.00	14.8889	9	1.61589
48.00	15.4783	23	.89796
49.00	15.4000	5	.89443
50.00	15.7000	10	1.94651
51.00	15.1667	6	3.12517
52.00	15.7500	4	.50000
53.00	16.7500	4	2.06155
54.00	16.7500	4	2.36291
56.00	17.0000	1	.
57.00	16.5000	2	.70711
58.00	16.5000	2	.70711
59.00	17.7500	4	1.70783
60.00	19.0000	8	1.85164
Total	15.7374	99	2.11209

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Loyalitas nasabah * Pelayanan Mobile banking	Between Groups	(Combined)	216.410	19
		Linearity	154.110	1
		Deviation from Linearity	62.300	18
	Within Groups		220.761	79
Total			437.172	98

ANOVA Table

			Mean Square	F
Loyalitas nasabah * Pelayanan Mobile banking	Between Groups	(Combined)	11.390	4.076
		Linearity	154.110	55.149
		Deviation from Linearity	3.461	1.239
	Within Groups		2.794	
Total				

ANOVA Table

			Sig.
Loyalitas nasabah * Pelayanan Mobile banking	Between Groups	(Combined)	.000
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.253
	Within Groups		
	Total		

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Loyalitas nasabah * Pelayanan Mobile banking	.594	.353	.704	.495

Loyalitas nasabah * Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

Report

Loyalitas nasabah

Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	Mean	N	Std. Deviation
8.00	9.0000	1	.
9.00	10.6667	3	1.52753
10.00	13.8571	7	1.46385
11.00	14.1818	11	1.40130
12.00	15.7347	49	.95253
13.00	16.5714	14	1.01635
14.00	17.0000	5	1.73205
15.00	19.5556	9	1.01379
Total	15.7374	99	2.11209

ANOVA Table

			Sum of Squares	df
Loyalitas nasabah * Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	Between Groups	(Combined)	322.810	7
		Linearity	303.393	1
		Deviation from Linearity	19.417	6
	Within Groups		114.362	91
Total			437.172	98

ANOVA Table

			Mean Square	F
Loyalitas nasabah * Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	Between Groups	(Combined)	46.116	36.695
		Linearity	303.393	241.415
		Deviation from Linearity	3.236	2.575
	Within Groups		1.257	
Total				

ANOVA Table

			Sig.
Loyalitas nasabah * Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	Between Groups	(Combined)	.000
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.024
	Within Groups		
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Loyalitas nasabah * Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	.833	.694	.859	.738

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

```

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN
/DEPENDENT Z
/METHOD=ENTER X Y
/SAVE RESID.

```

Regression MULTIKONELARITAS

Notes

Output Created		27-JUN-2023 21:25:40
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Z /METHOD=ENTER X Y /SAVE RESID.	
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.05
	Memory Required	2944 bytes

	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes
Variables Created or Modified	RES_2	Unstandardized Residual

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Loyalitas nasabah, Pelayanan Mobile banking ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857 ^a	.734	.729	.73512

a. Predictors: (Constant), Loyalitas nasabah, Pelayanan Mobile banking

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	143.415	2	71.707	132.695	.000 ^b
	Residual	51.878	96	.540		
	Total	195.293	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

b. Predictors: (Constant), Loyalitas nasabah, Pelayanan Mobile banking

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.488	.744		1.999	.048
	Pelayanan Mobile banking	.069	.018	.250	3.820	.000
	Loyalitas nasabah	.458	.044	.685	10.475	.000

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pelayanan Mobile banking	.647	1.544
	Loyalitas nasabah	.647	1.544

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Pelayanan Mobile banking	Loyalitas nasabah
1	1	2.987	1.000	.00	.00	.00
	2	.009	18.377	.49	.01	.71
	3	.004	26.007	.51	.99	.29

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	8.4948	14.7671	12.1313	1.20972	99
Residual	-1.90498	1.88877	.00000	.72758	99
Std. Predicted Value	-3.006	2.179	.000	1.000	99
Std. Residual	-2.591	2.569	.000	.990	99

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

COMPUTE ABS_RES=ABS(RES_2).

EXECUTE.


```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT ABS_RES
/METHOD=ENTER X Z.

```

Regression HETEROKEDASTISITAS

Notes

Output Created		27-JUN-2023 21:29:32
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT ABS_RES /METHOD=ENTER X Z.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.02
	Memory Required	3008 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.133 ^a	.018	-.003	.49038

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.416	2	.208	.865	.424 ^b
	Residual	23.085	96	.240		
	Total	23.501	98			

a. Dependent Variable: ABS_RES

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.146	.507		.289	.773
	Pelayanan Mobile banking	.017	.013	.176	1.313	.192

Kepuasan Nasabah (Variabel Intervening)	-0.037	.047	-.107	-.802	.425
--	--------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: ABS_RES

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Z
/METHOD=ENTER X.

```

Regression JALUR PATH MODEL 1

Notes

Output Created	27-JUN-2023 21:38:44	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	99
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Z /METHOD=ENTER X.	

Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02
	Memory Required	2560 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Pelayanan Mobile banking ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 ^a	.431	.425	1.07059

a. Predictors: (Constant), Pelayanan Mobile banking

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84.115	1	84.115	73.388	.000 ^b
	Residual	111.178	97	1.146		
	Total	195.293	98			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

b. Predictors: (Constant), Pelayanan Mobile banking

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.089	1.061		2.911	.004
	Pelayanan Mobile banking	.181	.021	.656	8.567	.000

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pelayanan Mobile banking	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Pelayanan Mobile banking
1	1	1.995	1.000	.00	.00
	2	.005	19.671	1.00	1.00

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X Z.
    
```

Regression UJI PATH JALUR II

Notes

Output Created	27-JUN-2023 21:44:04
Comments	
Input	Active Dataset
	DataSet0
	Filter
	<none>
	Weight
	<none>
	Split File
	<none>
	N of Rows in Working Data File
	99

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT Y /METHOD=ENTER X Z.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.02
	Memory Required	3008 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.835 ^a	.698	.692	1.17297

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.089	2	152.545	110.872	.000 ^b
	Residual	132.082	96	1.376		
	Total	437.172	98			

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening), Pelayanan Mobile banking

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.102	1.212		-.084	.933
	Pelayanan Mobile banking	.034	.031	.083	1.110	.270
	Kepuasan Nasabah (Varibel Intervening)	1.165	.111	.779	10.475	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah