

## SKRIPSI

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA  
MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI  
BANK BTN SYARIAH KOTA PAREPARE**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2025**

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA  
MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI  
BANK BTN SYARIAH KOTA PAREPARE**

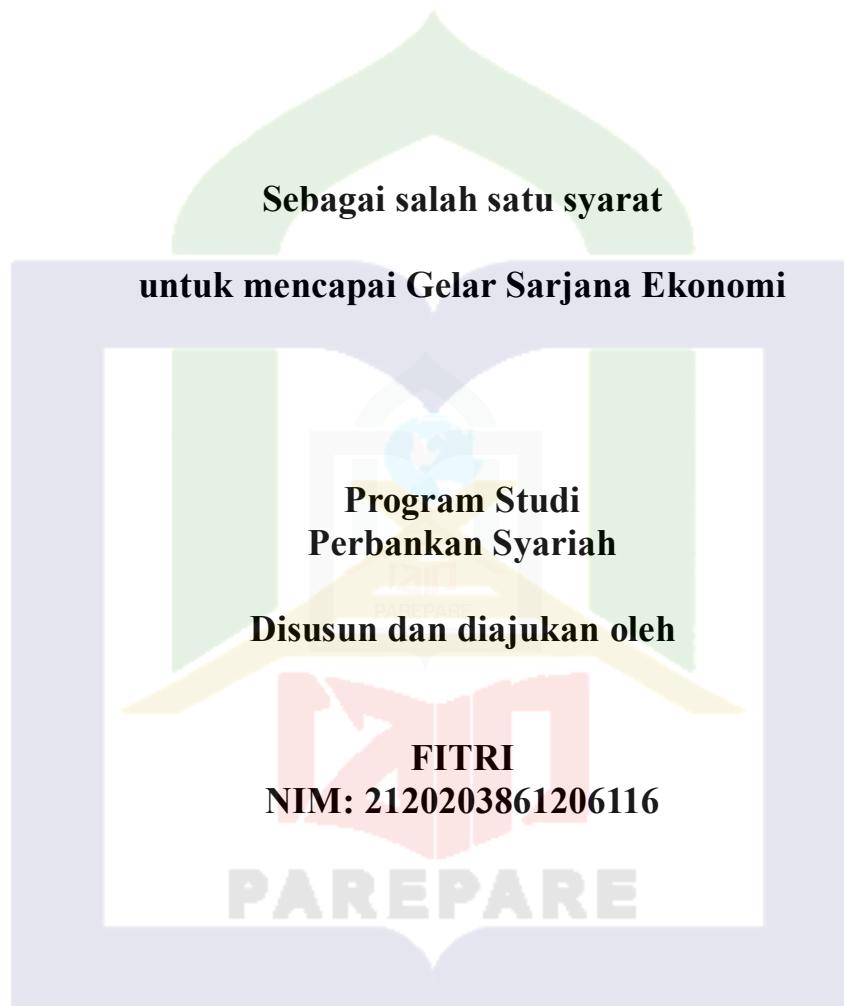


**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2025**

## **SKRIPSI**

### **PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK BTN SYARIAH KOTA PAREPARE**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PAREPARE**

**2025**

## PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Fitri

NIM : 2120203861206116

Program Studi : Perbankan syariah

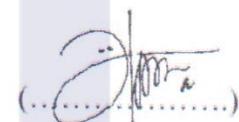
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : SK Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Nomor : B-4738/In.39/FEBI.04/PP.00.9/11/2024

Disetujui Oleh:

: Hj. Ulfa Hidayati, M.M.



: 199110302019032016

Pembimbing Utama

NIP

Mengetahui:

Dekan

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muxdukkah Muhammadun, M.Ag.

NIP. 197102082001122002

## PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan  
Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BTN  
Syariah Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Fitri

NIM : 2120203861206116

Prodi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Nomor : B-3719/In.39/FEBI.04/PP.00.9/07/2024

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2025

Disahkan oleh Komisi Penguji:

Hj. Ulfah Hidayati, M.M.

(Ketua)

(.....)

Umaima, M.E.I.

(Anggota)

(.....)

Muhammad Satar, S.E., M.M.

(Anggota)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP. 19710208200112 2 002

## KATA PENGANTAR

مَسْأَلَةٌ نَّمَحِرُّ لَا مِبْرَّةٌ

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah swt, karena berkat hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare.

Penulis menghaturkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ibunda Darniati dan Ayahanda P.Hamzah tercinta dimana dengan pembinaan dan berkat doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Selanjutnya, penulis juga menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola Pendidikan di IAIN Parepare.
2. Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas pengabdiannya dalam menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Ketua Prodi Bapak Dr. I Nyoman Budiono, M.M. yang telah memberikan arahan dan motivasi besar
4. Hj. Ulfa Hidayati, M.M. selaku dosen pembimbing.
5. Umaina, M.E.I., Muhammad Satar, S.E., M.M. Selaku dosen penguji pertama dan kedua.
6. Bapak dan Ibu Dosen program studi Perbankan Syariah yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik penulis selama kuliah di IAIN Parepare.

7. Para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah bekerja keras dalam mengurus segala hal administratif selama penulis studi di IAIN Parepare.
8. Keluarga besar Bank BTN Syariah Kota Parepare yang telah berpartisipasi dalam penelitian penulis dengan memberikan data atau informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Keluarga besar Perbankan Syariah Angkatan 2021 yang telah berjuang bersama peneliti dan saling memberikan semangat serta dukungan satu sama lain.
10. Kepada saudara kandung saya Hamriana Amd.Keb. dan Ardiansyah Hamzah, serta ipar Hasnah, S.E dan teman-teman saya yang tidak bisa saya tulis satu-satu terimakasih karena selalu membersamai selama perkuliahan, dan karena cinta kasihnya penulis bisa sampai dititik ini, semoga ALLAH SWT membalas semua kebaikan kalian.

Penulis tak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik moril maupun material hingga tulisan ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. berkenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariyah dan memberikan rahmat dan pahala-Nya.

Terakhir, penulis menyampaikan kiranya pembaca memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 16 Juni 2025

  
Penulis  
Fitri

NIM. 2120203861206116

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Fitri  
NIM : 2120203861206116  
Tempat/Tgl. Lahir : Parengki, 20 Juni 2002  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking*  
terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Pare-pare, 16 Juni 2025

Penulis



Fitri

NIM. 2120203861206116

## ABSTRAK

**Fitri.** Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Pengguna Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare. (di bimbing oleh Ibu Hj. Ulfa Hidayati, M.M.)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya penggunaan layanan digital perbankan, khususnya *mobile banking*, serta pentingnya memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam menghadapi persaingan industri perbankan digital.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pengguna mobile banking BTN Syariah, dengan sampel sebanyak 44 responden yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara parsial (Uji t) variable Kepercayaan (X1) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 2,659 dan variabel Kemudahan (X2) berpengaruh terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,0663 dengan nilai yang melebihi r tabel (1,70329). Secara simultan (Uji F) variabel Kepercayaan (X1) dan Kemudahan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y) menunjukkan nilai f hitung ( $61,851 > 3,10$ ) dan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$ . Berdasarkan uji koefisien determinasi Tingkat pengaruh loyalitas dan kepercayaan dalam mempengaruhi keputusan nasabah dalam menggunakan produk *mobile banking* sebesar 90,6 % dan sisanya sebanyak 9,4% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.

**Kata kunci:** Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, Loyalitas Nasabah, Mobile Banking, BTN Syariah.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
A. Tinjauan Penelitian Relevan .....	12
B. Kajian Teori .....	17
C. Kerangka Konseptual .....	27
D. Kerangka Pikir .....	28
E. Hipotesis .....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	31
B. Lokasi dan Waktu penelitian.....	31
C. Populasi dan Sampel .....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Definisi Operasional Variabel .....	34

F. Instrumen Penelitian.....	36
G. Teknik Analisis Data .....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	44
A. Deskripsi Hasil Penelitian .....	44
B. Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	60
C. Pengujian Hipotesis.....	65
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
BAB V PENUTUP .....	79
A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA.....	82
LAMPIRAN .....	86
BIODATA PENULIS .....	104

## DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel 3.1	Instrumen Penelitian	36
Tabel 3.2	Pedoman untuk memberikan interpretasi terhadap Koefisien Determinasi	40
Tabel 3.3	Interpretasi Hubungan Antar Variabel	41
Tabel 4.1	Data Sampel Penelitian	43
Tabel 4.2	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.3	Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Interval Usia	45
Tabel 4.4	Karakteristik Responden dilihat dari Pendidikan	44
Tabel 4.5	Hasil Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.6	Deskriptif Item Pernyataan Variabel Kepercayaan (X1)	47
Tabel 4.7	Deskriptif Item Pernyataan Variabel Kemudahan (X2)	51
Tabel 4.8	Deskriptif Item Pernyataan Variabel Loyalitas (Y)	55
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Reabilitas Tiap Variabel	62
Tabel 4.13	Hasil Uji Normalitas	62

Tabel 4.14	Hasil Uji Linearitas	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Linear Berganda	65
Tabel 4.16	Hasil Uji t	66
Tabel 4.17	Hasil Uji F	68
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Determinasi	69



## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pikir	27



## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul Lampiran	Lampiran
01	Instrumen Penelitian	Terlampir
02	Hasil Perhitungan Statistik	Terlampir
03	Surat Izin Kampus	Terlampir
04	Surat Izin Penanaman Modal	Terlampir
05	Surat Selesai Meneliti	Terlampir
06	Foto Dokumentasi	Terlampir

## PEDOMAN TRANSLITERASI

### A. Transliterasi

#### 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 lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	Ts	te dan sa
ج	Jim	J	Je
ه	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Dz	de dan zet
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya

ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dhad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun.

Jika terletak di tengah atau di akhir, ditulis dengan tanda(‘).

## 2. Vokal

Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagaimana berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ٰ	Fathah	A	A
ٰ	Kasrah	I	I
ٰ	Dhomma	U	U

Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َيْ	Fathah dan Ya	Ai	a dan i
ُوْ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ: Kaifa

حَوْلَ: Haula

## 3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َأَيْ	Fathah dan Alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ِيْ	Kasrah dan Ya	ī	i dan garis di atas

نُوْ	Kasrah dan Wau	Ū	u dan garis di atas
------	-------------------	---	---------------------------

Contoh :

- |      |          |
|------|----------|
| مات  | : māta   |
| رمى  | : ramā   |
| قيل  | : qīla   |
| يموت | : yamūtu |

#### 4. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *tamarbutahada* dua:

*Tamarbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t].

*Tamarbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *tamarbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tamarbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h).

Contoh :

- |                           |   |
|---------------------------|---|
| رَوْضَةُ الْجَنَّةِ       | : rauḍahal-jannah atau rauḍatul jannah          |
| الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ | : al-madīnahal-fāḍilah atau al-madīnatulfāḍilah |
| الْحِكْمَةُ               | : al-hikmah                                     |

#### 5. *Syaddah(Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ۚ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah. Contoh:

- |            |            |
|------------|------------|
| رَبِّيَا   | : Rabbanā  |
| نَجَّيْنَا | : Najjainā |
| الْحَقُّ   | : al-haqq  |
| الْحَجُّ   | : al-hajj  |
| نُعْمَ     | : nu‘‘ima  |
| عَدُوُّ    | : ‘aduwwun |

Jika huruf yang bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (عی), maka ia litransliterasi seperti huruf *maddah* (i).

Contoh:

- |           |                                       |
|-----------|---------------------------------------|
| عَرَبِيٌّ | : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby) |
| عَلِيٌّ   | : 'Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)        |

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ي (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-). Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy- syamsu</i> )
الْزَلْزَلُ	: <i>al-zalzalah</i> (bukan <i>az-zalzalah</i> )
الْفَلْسَافَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (' ) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

ثَمَرُونَ	: <i>ta 'muruūna</i>
الْنَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai 'un</i>
أُمْرُثٌ	: <i>Umirtu</i>

## 8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an*(dar *Qur'an*),

*Sunnah*. Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

*Fīzilāl-qur'an*

*Al-sunnahqablal-tadwin*

*Al-ibāratbi 'umum al-lafzalābi khusus al-sabab*

## 9. Lafzal-Jalalah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudafilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِيْنُ اللَّهِ : *Dīnullah*

بِ اللَّهِ : *billah*

Adapun *tamarbutahdi* akhir kata yang disandarkan kepada *lafzal-jalalah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ : *Humfirahmatillāh*

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan pada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa māMuhammadunillārasūl*

*Inna awwalabaitinwudi 'alinnāsilalladhībiBakkatamubārakan*

*Syahru Ramadan al-ladhīunzilafihal-Qur'an*

*Nasir al-Din al-Tusī*

*AbūNasral-Farabi*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū*(bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu

harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.  
Contoh:

*Abūal-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abūal-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abūal-Walid Muhammad Ibnu)*

*NaṣrHamīdAbū Zaid, ditulis menjadi: Abū Zaid, NaṣrHamīd (bukan: Zaid, NaṣrHamīdAbū)*

## B. Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= <i>subḥānahu wata’ala</i>
saw.	= <i>ṣallallāhu ‘alaihi wasallam</i>
a.s.	= <i>‘alaihi al-sallām</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrāhīm/ ..., ayat 4
HR	= Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab:

ص	= صفة
د	= بدون
صلع	= صلی اللہ علیہ وسلم
ط	= طبعة
ن	= بدون ناشر
الخ	= إلى آخرها / إلى آخره
ج	= جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [dari kata editors] jika lebih dari satu orang editor). Karenadalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj. : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga digunakan untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.
- Vol. : Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedi dalam bahasa Inggris.Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan kata juz.
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan yang signifikan di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam sektor perbankan. Salah satu inovasi yang paling menonjol dalam transformasi layanan keuangan adalah hadirnya *Mobile Banking*, yang memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara nyaman, cepat, dan efisien melalui perangkat seluler. Inovasi ini tidak hanya memberikan kemudahan, tetapi juga menjawab kebutuhan masyarakat modern yang menginginkan akses layanan keuangan yang fleksibel kapan saja dan di mana saja.

Di Indonesia, khususnya pada Bank BTN Syariah Kota Parepare, penerapan mobile banking telah menjadi bagian dari strategi peningkatan kualitas layanan kepada nasabah. Sebagai salah satu lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah, Bank BTN Syariah berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya inovatif, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menjadikan *mobile banking* tidak sekadar sebagai sarana transaksi, melainkan juga sebagai bentuk transformasi digital yang tetap memperhatikan prinsip-prinsip syariah.

Dalam praktiknya, prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah menjadi landasan utama dalam setiap layanan yang ditawarkan. Transaksi ekonomi dalam sistem syariah harus dijalankan dengan menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran (*shidq*), keadilan ('*adl*), dan keterbukaan (*transparansi*), serta menghindari unsur-unsur yang dilarang dalam Islam seperti *riba* (*bunga*), *gharar* (*ketidakjelasan*), dan *maysir*

(spekulasi/judi).<sup>1</sup> Oleh karena itu, setiap fitur dalam *Mobile Banking* Syariah dirancang untuk mendukung transaksi yang halal dan sesuai syariah. Sejalan dengan itu, hasil penelitian di beberapa bank syariah yang telah beroperasi di Parepare menunjukkan bahwa meskipun bank-bank tersebut telah memanfaatkan teknologi yang canggih dan memiliki sumber daya manusia yang berkualitas, mereka juga perlu lebih menekankan pada penerapan nilai-nilai etika bisnis Islam dalam setiap aktivitasnya. Penerapan etika Islam, khususnya oleh tenaga pemasaran, sangat penting dalam memperkenalkan produk dan jasa secara jujur dan bertanggung jawab guna meraih keunggulan bersaing. Di tengah era di mana etika bisnis seringkali diabaikan dan kejujuran menjadi semakin langka, penguatan nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis akan menjadi sumber daya saing yang utama bagi perbankan syariah.<sup>2</sup>

Lebih dari sekadar mencari keuntungan finansial, bisnis dalam perspektif Islam bertujuan untuk menciptakan kesejahteraan sosial.<sup>3</sup> Hal ini sejalan dengan misi Bank BTN Syariah dalam memberikan pelayanan yang tidak hanya mengutamakan efisiensi dan kemudahan, tetapi juga membawa nilai keberkahan dan tanggung jawab sosial bagi masyarakat. Dengan demikian, penggunaan *Mobile Banking* di lingkungan perbankan syariah tidak hanya meningkatkan kualitas layanan, tetapi juga memperkuat peran lembaga keuangan dalam membangun sistem ekonomi yang berkeadilan dan berlandaskan nilai-nilai Islam.

<sup>1</sup> Muhammad Satar and Astri Cahya Rezky, “Vifada Management and Digital Business Implementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Inovasi Digital Marketing Di Indonesia” 2, no. 1 (2025): 40–47.

<sup>2</sup> Abdul Hamid and Muhammad Kamal Zubair, “Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah,” *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2022)..

<sup>3</sup> Ulfa Hidayati dkk Eko Yulianto, *Pengantar Bisnis Islam*, ed. Bambang Arianto (Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024).

Pengenalan *Mobile Banking* diharapkan dapat meningkatkan jumlah transaksi dan menarik lebih banyak nasabah, terutama di kalangan generasi milenial yang menguasai teknologi. Aplikasi ini tidak hanya memudahkan pengiriman uang, pembayaran tagihan, dan transaksi lainnya, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional Bank Syariah. Menurut pasal 21 undang-undang perbankan nomor 21 tahun 2008, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.<sup>4</sup> Jenis Bank tersebut diantar lain Bank penyaluran kredit kepada bank umum syariah dan bank rakyat syariah. Bank bank tersebut kini mulai beralih dari transaksi manual di mana nasabahnya hanya bertransaksi secara digital dengan bank tersebut.

Pentingnya penelitian ini terletak pada pemahaman bagaimana penerapan *Mobile Banking* dapat memengaruhi perilaku transaksi nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare. Dengan menganalisis faktor-faktor yang mendorong penggunaan *Mobile Banking*, diharapkan dapat ditemukan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah transaksi dan kepuasan nasabah. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi kepada manajemen bank mengenai perkembangan layanan *Mobile Banking* yang lebih optimal.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) merupakan lembaga yang selama ini mengembang amanah pengawasan terhadap produk dan jasa keuangan, termasuk persoalan literasi keuangan syariah pada masyarakat.<sup>5</sup> Transaksi tahunan yang diproses melalui perbankan elektronik menunjukkan pertumbuhan yang sangat

---

<sup>4</sup> Neni Sri Imaniyati, “Tinjauan Umum Kegiatan Usaha Bank Syariah” 1 (2017): 21–73.

<sup>5</sup> Umaiama Umaima, Dian Resky Pangestu, and Nur Aeffih, “Edukasi Dan Literasi Lembaga Keuangan Syariah Pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Padaelo Parepare,” *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat Unw Mataram* 4, no. 2 (2023): 201–6.

kuat di beberapa bank. Orientasi jasa keuangan (OJK) melaporkan jumlah pengguna perbankan elektronik (*SMS banking, phone banking, mobile banking, internet banking*) Meningkat sebesar 1.444 ribu nasabah, pada tahun 2022 menjadi 1.570ribu nasabah, pada tahun 2023 menjadi 1.746 ribu nasabah, pada tahun 2024. Potensi pertumbuhan *mobile Banking, internet banking* meningkat sebesar 1.746ribu nasabah pada tahun 2024. Potensi pertumbuhan semakin meningkat seiring dengan berkembangnya layanan perbankan menuju perbankan digital layanan *Mobile Banking* memiliki aplikasi-aplikasi menarik dan memudahkan pengguna untuk memudahkan transaksi keuangan seperti transfer antar bank, pembayaran kartu kredit, pembayaran tagihan listrik, tagihan telepon, pembayaran tagihan telepon seluler, pembayaran asuransi, pembayaran internet, dan tiket pesawat. Pembayaran dan akun virtual selain itu semakin populernya toko online dan aplikasi jual beli online serta semakin beragam beragamnya dan jumlah ponsel pintar, turut mendorong pertumbuhan transaksi melalui perbankan elektronik.

Namun, penerapan teknologi ini tidak lepas dari tantangan. Masih terdapat beberapa kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan literasi digital masyarakat, infrastruktur jaringan yang belum merata, serta persaingan dengan layanan perbankan digital lainnya. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi bagaimana Aplikasi *Mobile Banking* BTN Syariah di Kota Parepare mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan bagaimana pengaruh kepercayaan dan kemudahan pengguna mobile banking mempengaruhi loyalitas nasabah.

*Mobile Banking* menawarkan banyak manfaat bagi bank dan otoritas serta pelanggan. Bagi nasabah, *Mobile Banking* menawarkan kemudahan bertransaksi

dari segi waktu, lokasi, dan biaya. Nasabah tidak perlu mengunjungi cabang Bank untuk mendapatkan informasi atau melakukan transaksi perbankan. Nasabah hanya dapat melakukan transaksi 24 jam sehari dengan menggunakan perangkat *mobile* seperti telepon seluler yang dapat dibawa kemana saja dan terkoneksi dengan internet. Bagi bank, *Mobile Banking* meningkatkan pendapatan biaya dan mengurangi biaya operasional dibandingkan dengan layanan transaksi melalui cabang yang relatif besar untuk membayar karyawan, mengurangi sewa gedung, keamanan, tagihan listrik, dll.

Kehadiran BTNS Mobile yang diharapkan mampu memberikan manfaat dengan tersedianya berbagai macam aplikasi yang ada didalamnya serta kemudahan pengguna yang dirasakan oleh nasabah saat mengakses layanan tersebut dapat dilihat dari pengguna aplikasinya sebagai berikut:

**Gambar 1.1 Aplikasi BTNS Mobile**



Sumber Data : Google Play Store 2025

Berdasarkan gambar 1.1 diatas aplikasi BTNS mobile sudah diunduh sejumlah 100.000 pengguna di play store dengan memperoleh rating sebesar 2,2 dari 2000 ulasan. Karena rating di bawah tiga, mengartikan bahwa masih terdapat banyak nasabah yang mengutarakan ketidakpuasan mereka atas pengguna Mobile

Banking ini. Terbukti berbagai macam keluhan mereka pada kolom ulasan mengenai masalah-masalah yang diterima dari aplikasi tersebut.<sup>6</sup>

**Tabel 1.1 Ada 7 Aplikasi *Mobile Banking* Bank Syariah Yang Banyak Diunduh**

No	Nama Bank	Diunduh	Rating	Ulasan
1.	BSI Mobile	5jt+	4,2/5	168.456
2.	Aladin	1jt+	4,2/5	34.541
3.	BCA Syariah Mobile	500 rb +	2,5/5	6.667
4.	Bank Mega Syariah	100 rb +	3,8/5	2.258
5.	BBB Syariah Mobile	100 rb +	3,8/5	4.440
6.	BTNS Mobile	100 rb +	2,7/5	3.448
7.	Bank Jago	5 jt +	4,5/5	144.881

*Sumber Data : Google Play 2023 (data diubah)*

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah mengunduh aplikasi *Mobile Banking* Bank BTN Syariah menempati urutan ke enam Dengan jumlah pengunduh 100.000 lebih, rating pada aplikasi tersebut sebesar 2,745. Ranting tersebut menunjukkan banyaknya keluhan seperti yang terdapat dalam keluhan nasabah pada ulasan aplikasi BTNS *Mobile Banking* pada playstore mengenai masalah-masalah yang dialami dalam menggunakan aplikasi tersebut dalam gambar sebagai berikut.<sup>7</sup>

Setelah penulis melakukan observasi awal terdapat beberapa permasalahan pada perbankan secara umum terkhusus di *mobile banking* mereka. Dimana ada beberapa nasabah yang mengeluhkan tentang minimnya fitur transaksi yang

<sup>6</sup> Dkk Rika Widianita, *Halwa Dania Dasmawih*, AT-TAWASSUTH: *Jurnal Ekonomi Islam*, vol. VIII, 2023.

<sup>7</sup> Ralph Adolph, “Bsns Mobile Banking” 2023 (2016): 1–23.

disediakan oleh aplikasi *mobile banking*. Kode transfer yang sudah dimasukkan selalu salah, serta mutasi yang tidak bisa dicek. Nasabah juga mengeluhkan aplikasi yang terkadang logout sendiri dan kesulitan melakukan aktivasi kembali. Beberapa nasabah menyapaikan kekecewaan mereka terhadap *mobile banking* karena belum dapat memenuhi kebutuhan mereka secara optimal. Kurangnya kenyamanan pengguna saat mengakses *mobile banking*, seperti aplikasi yang sering eror saat melakukan pembayaran, server yang lambat, kesulitan menerima M-Token saat mengirim uang, notifikasi kartu SIM berbeda saat aktivasi, hingga menyebabkan nasabah harus menguninstall dan mendownload ulang aplikasi. Permasalahan muncul karena adanya keluhan tentang sistem yang kurang *user friendly* kadang menyebabkan eror, sehingga proses layanan sering terhambat dan transaksi gagal dilakukan.

Permasalahan pada *Mobile Banking* ini dikarenakan penerapan aplikasi yang lambat, minim informasi, serta belum adanya perubahan dari BTNS mobile yang menyebabkan nasabah masih belum menerima banyak manfaat dari aplikasi ini. Nasabah mengharapkan kebaruan aplikasi layanan maupun tampilan dari aplikasi ini agar tidak tertinggal jauh dibandingkan dengan bank lainnya. Pengguna *Mobile Banking* harusnya bisa memudahkan segala bentuk transaksi dan menghemat waktu serta biaya.

Kepercayaan nasabah terhadap layanan *mobile banking* sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap keamanan dan privasi data pribadi. Sebuah studi menunjukkan bahwa faktor keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap

minat nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking*.<sup>8</sup> Selain itu, kemudahan penggunaan juga menjadi pertimbangan utama bagi nasabah penelitian Lain menemukan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Loyalitas nasabah merupakan aspek krusial bagi berkelanjutan bisnis perbankan. Nasabah yang loyal cenderung terus menggunakan produk dan layanan bank serta merekomendasikannya kepada orang lain. Penelitian penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kepuasan nasabah yang dipengaruhi oleh kepercayaan dan kemudahan penggunaan layanan, berperan penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Meskipun telah banyak penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat dan kepuasan nasabah dalam menggunakan mobile banking, Penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kepercayaan dan kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare masih terbatas. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana Kepercayaan dan kemudahan penggunaan *mobile banking* mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank BTN syariah kota Parepare.

Selain itu, penelitian ini memiliki kebaruan (*novelty*) karena secara khusus mengevaluasi tingkat kepercayaan dan kemudahan penggunaan *mobile banking* dalam konteks bank syariah daerah, yaitu Bank BTN Syariah Kota Parepare, yang belum banyak diteliti sebelumnya. Penelitian ini juga menekankan pentingnya

---

<sup>8</sup> Hesti Handinisari, Sofian Muhlisin, and Yono Yono, “Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking,” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 3 (2022): 818–28, <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2076>.

evaluasi terhadap aplikasi BTNS *Mobile* yang secara aktual mendapat ulasan pengguna yang relatif rendah, yang menunjukkan adanya kesenjangan antara persepsi pengguna dan ekspektasi terhadap layanan digital syariah. Dengan mengintegrasikan pendekatan teoritis dan kondisi praktis di lapangan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan layanan *mobile banking* yang lebih adaptif dan sesuai prinsip syariah.

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, diharapkan Bank BTN Syariah Kota Parepare dapat meningkatkan kualitas layanan *mobile banking* mereka sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai efektivitas layanan *Mobile Banking* BTN Syariah di Kota Parepare dalam mendorong peningkatan transaksi perbankan, sekaligus menjadi masukan bagi pihak bank untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka. Oleh karena itu judul yang diambil dalam penelitian ini adalah “**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK BTN SYARIAH KOTA PAREPARE**”

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare?

2. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare?
3. Apakah kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara bersama sama terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare?

### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan peneliti yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.
2. Untuk mengetahui apakah kemudahan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.
3. Untuk mengetahui apakah kepercayaan dan kemudahan berpengaruh secara bersama sama terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

### D. Manfaat Penelitian

Ada beberapa manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Peneliti

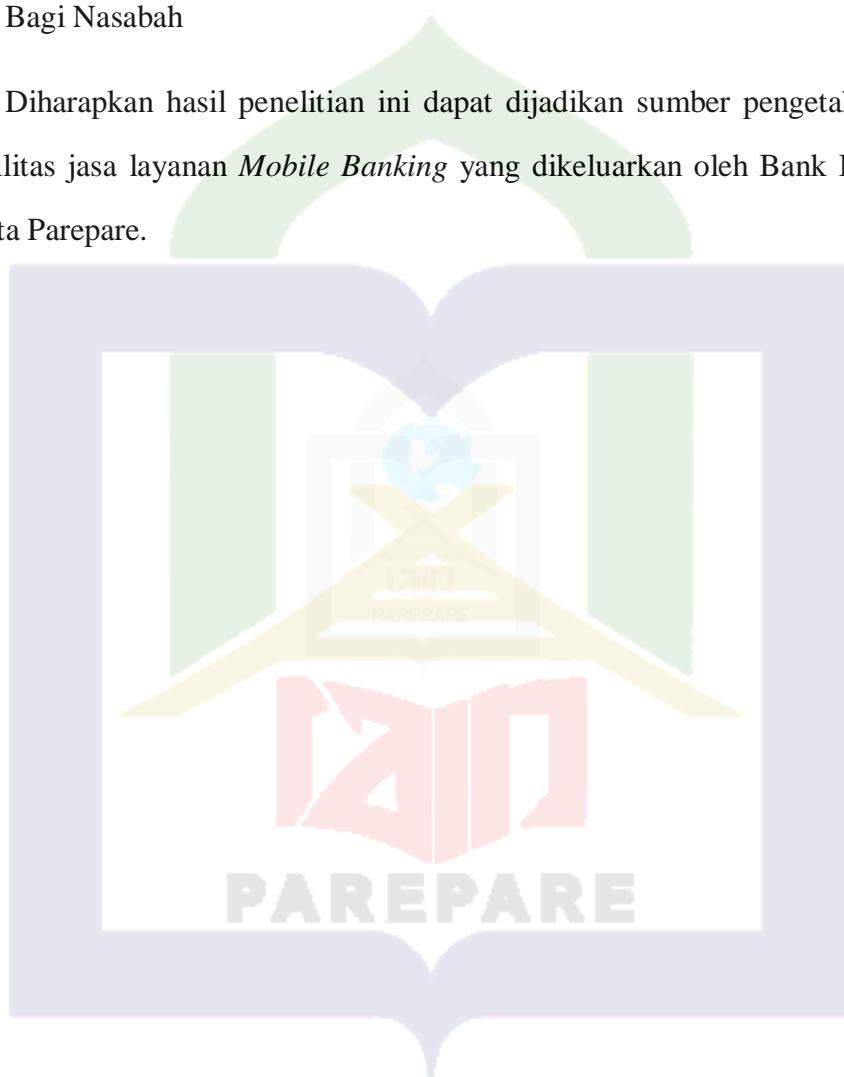
Penelitian ini diharapkan dapat melatih kemampuan peneliti dalam menyusun karya ilmiah serta menambah wawasan terkait pengaruh kepercayaan dan kemudahan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

#### 2. Bagi Akademis

Memberikan pengetahuan bagi pembaca sebagai salah satu referensi Bagi kepentingan keilmuan dalam hal layanan teknologi internet khususnya dalam penggunaan layanan *Mobile Banking* di dunia perbankan dalam transaksi di bank.

### 3. Bagi Nasabah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan tentang fasilitas jasa layanan *Mobile Banking* yang dikeluarkan oleh Bank BTN Syariah Kota Parepare.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Penelitian Relevan

Berikut merupakan penelitian kajian yang telah penulis lakukan terhadap literatur atau karya ilmiah lainnya yang digunakan sebagai acuan penelitian-penelitian terdahulu pada penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana unsur-unsur baru dan unik yang terdapat dalam penelitian ini. Selain itu, penulis dapat membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yang dijelaskan di bawah ini:

Penelitian yang dilakukan oleh Raysa Sekar Putri (2019) dengan judul “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah Semarang”. Kualitas layanan merupakan kunci dari pengukuran kepuasan. Kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya terhadap kepuasan saja tetapi juga berdampak pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas Layanan *mobile banking* BTN Syariah Terhadap kepuasan nasabah dan dampaknya terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu melalui kuisioner atau angket dengan menggunakan skala pengukuran yaitu skala *likert*. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 65 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur dengan bantuan program SPSS versi 22.<sup>9</sup>

Kedua penelitian memiliki tujuan yang sama dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah terhadap layanan *mobile banking* di Bank BTN

---

<sup>9</sup> Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Raysa Sekar Puri, “Pengaruh Layanan Mobiile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah,” 2019, 46.

Syariah. Namun, pendekatan dan variabel yang digunakan berbeda. Penelitian Raysa Sekar Putri lebih menekankan pada kualitas layanan dan kepuasan nasabah sebagai mediator, sedangkan penelitian di Parepare fokus pada kepercayaan dan kemudahan penggunaan sebagai faktor langsung yang memengaruhi loyalitas.

Penelitian yang dilakukan Endang Tri Wahyuni (2015) dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan kepuasan baik secara parsial maupun secara simultan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah. Penelitian ini mengambil sampel dengan jumlah responden 60 nasabah dengan teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X1) secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) dibuktikan dengan hasil statistik nilai t sebesar 5,599 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Variabel kepuasan (X2) nilai t sebesar 3,748 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dengan demikian variabel kepuasan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Hasil Uji F dengan nilai Fhitung 36,991 dan signifikansi 0,000. Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan variabel kepercayaan dan kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.<sup>10</sup>

Kedua penelitian memiliki tujuan yang sama dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan syariah. Namun, pendekatan dan variabel yang digunakan berbeda. Penelitian Endang Tri Wahyuni lebih

<sup>10</sup> Bilqis Putri Azizah and Ida Bagus Nyoman Udayana, “Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah,” *Jurnal Ilmiah Manajemen “E M O R”* 6, no. 1 (2022): 88, <https://doi.org/10.32529/jim.v6i1.1504>.

menekankan pada kepercayaan dan kepuasan nasabah, sedangkan penelitian di Parepare fokus pada kepercayaan dan kemudahan penggunaan *mobile banking* sebagai faktor yang memengaruhi loyalitas.

Penelitian yang dilakukan Yulia Widi Astuti,Ratno Agriyanto dan Ahmad Turmudzi (2020) oleh judul “Pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas Nasabah Pengguna Layanan *Mobile Banking* Syariah”. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara meningkatkan loyalitas nasabah pengguna layanan mobile banking pada BSM. Penelitian ini menggunakan 100 responden pengguna layanan mobile banking pada BSM di kota Semarang. Analisis data menggunakan SEM dengan program komputer Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara lain kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas. Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan. Sedangkan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.<sup>11</sup>

Kedua penelitian memiliki tujuan yang sama dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah terhadap layanan *mobile banking* syariah. Namun, pendekatan dan variabel yang digunakan berbeda. Penelitian oleh Yulia Widi Astuti dan rekan-rekannya lebih komprehensif dengan mempertimbangkan empat variabel utama, sementara penelitian di Parepare fokus pada dua variabel utama.

---

<sup>11</sup> “Yulia Widi Astuti. Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah,Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah,” n.d.

Perbedaan lokasi penelitian juga dapat memengaruhi hasil dan relevansi temuan masing-masing studi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sarintan Abdul Kadir (2023) dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening yang menggunakan aplikasi mobile banking di Indonesia. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sampel penelitian ini sebanyak 210 responden. Metode analisis data menggunakan pemodelan persamaan struktur SEM (*Structural Equation Modelling*) dibantuan dengan program AMOS versi 25 dan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.<sup>12</sup>

Meskipun kedua penelitian sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan menganalisis loyalitas nasabah sebagai variabel dependen, terdapat perbedaan mendasar dalam model teoritis dan objek kajian. Penelitian Anda lebih menekankan pada pengaruh digitalisasi perbankan (*mobile banking*), sedangkan penelitian Sarintan lebih fokus pada kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara umum.

Penelitian yang dilakukan oleh Muchriady Muchran, Muchran dan Aenul (2022) dengan judul “Pengaruh Layanan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

---

<sup>12</sup> Sarintan Abdul Kadir, “Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening” (2023).

seberapa besar pengaruh layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sulselbar Cabang Makassar. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi Sulselbar Mobile khususnya di Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar. Dengan penentuan Sampel menggunakan rumus slovin dan diperoleh sampel berjumlah 100 orang responden dengan teknik pengambilan sampel yang menggunakan teknik metode deskriptif kuantitatif adalah metode survey dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data.<sup>13</sup>

Kedua penelitian memiliki kesamaan dalam meneliti pengaruh layanan mobile banking terhadap loyalitas nasabah di bank syariah. Namun, terdapat perbedaan dalam fokus variabel independen dan lokasi penelitian. Penelitian oleh Muchriady Muchran dan rekan-rekannya fokus pada layanan *mobile banking* secara umum di Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar, sementara penelitian di Parepare fokus pada kepercayaan dan kemudahan penggunaan mobile banking di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis uji reliabilitas dan uji validitas dengan metode analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan bahwa Layanan *Mobile Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar.<sup>14</sup>

<sup>13</sup> Muchriady Muchran, Muchran, and Aenul, “Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar,” *SEIKO : Journal of Management & Business* 4, no. 3 (2022): 27–31, <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357>.

<sup>14</sup> Muchran, Muchran, and Aenul.

## B. Kajian Teori

### 1. Kepercayaan

Kepercayaan menurut Ballester dan Alleman merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keinginan konsumen akan produk dan layanan yang tahan lama untuk mempertahankan hubungan jangka panjang, dalam hal ini hubungan nasabah dengan bank. Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat bertahan hidup dalam era *mobile banking* pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap eksistensi jasa *online*.<sup>15</sup>

Selain itu, menurut Kotler kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Kepercayaan dibutuhkan oleh pengguna teknologi informasi dalam rangka meningkatkan kinerja individu dalam melakukan kegiatan organisasi atau perusahaan. Kepercayaan juga membantu pengguna untuk mengurangi kompleksitas social dalam menghadapi kemungkinan yang tidak diinginkan.

Kepercayaan adalah suatu keyakinan dari pihak tertentu terhadap pihak lain dalam hubungan antara kedua belah pihak berdasarkan keyakinan bahwa pihak yang dipercayakan akan memenuhi segala kewajiban sesuai yang diharapkan. 44 Dalam hal penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*, mereka hanya beranggapan bahwa pihak bank telah memperhatikan keamanan dan kerahasiaan, padahal pengguna tidak mengetahui seberapa kuatnya keamanan dan kerahasiaan

---

<sup>15</sup> Bastian Amanullah, “Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang),” *Eprint.Undip.Ac.Id*, 2014, 66.

dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk bertransaksi perbankan.

Kepercayaan dalam konsep islam telah disebutkan dalam Q.S An-Nisa ayat[4]:58 yaitu :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَن تُؤْدُوا الْأَمْنَاتِ إِلَيْ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُم بَيْنَ النَّاسِ أَن تَحْكُمُوا  
بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُم بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ٥٨

**Terjemahannya :** Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

Sesungguhnya Allah memerintahkan kalian untuk menunaikan amanat yang berbeda-beda yang kalian dipercaya untuk menyampaikan kepada para pemiliknya, maka janganlah kalian melalaikan amanat amanat itu. Dan dia memerintahkan kalian untuk memutuskan perkara diantara manusia dengan dasar keadilan dan obyektif, bila kalian memutuskan permasalahan diantara mereka. Dan itu adalah sebaik baik nasihat yang Allah sampaikan kepada kalian dan memberi petunjuk kalian kepadanya. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar ucapan-ucapan kalian, meneliti seluruh perbuatan kalian lagi Maha Melihatnya.<sup>16</sup>

Sehingga amanah itu diartikan sebagai kepercayaan. Dalam semua proses bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama dalam segala bentuk bisnis baik dalam

---

<sup>16</sup> Nurdin Nurdin et al., “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2020): 44–45.

lingkungan *online* maupun *offline*. Kepercayaan dibangun dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses ijab-qabul, ada materai, dan lain sebagainya. Para pelaku bisnis selain itu diproteksi pula secara horizontal oleh hukum-hukum disamping proteksi secara vertical seperti norma, nilai, dan etika yang dianut oleh para pelaku bisnis. Dalam dunia *online* demikian pula, harmonisasi antara ketiga aspek di atas dipadukan dengan mekanisme-mekanisme pembangun kepercayaan secara total dalam proses keseluruhan.<sup>17</sup>

Sedangkan secara umum, dasar terciptanya hubungan jangka panjang (loyalitas pelanggan/nasabah) terletak pada kepercayaan antara nasabah dengan pihak bank. Hubungan paradigma yang didasari oleh kepercayaan dewasa ini menjadi sangat penting dalam dunia perbankan. Menurut Oliver, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk dan jasa yang dibeli memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Artinya, apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Karenanya harapan nasabah merupakan keyakinan nasabah sebelum mereka mencoba untuk berhubungan atau menggunakan produk sebuah bank, yang dijadikan acuan dalam menilai kualitas produk tersebut.

Kepercayaan nasabah didefinisikan disini sebagai indikator keadaan psikologis yang mengarah pada kepercayaan dalam melakukan transaksi perbankan di internet, menjaga kepentingan transaksi nasabah, menjaga komitmen dalam melayani nasabah, dan memberikan manfaat pada penggunaannya. Dalam hal

---

<sup>17</sup> M. Djakfar, *Etika Bisnis Islami : Tatanan Teoritis Dan Praktis* (Malang: UIN Malang Press, 2008).

penggunaan *mobile banking*, kebanyakan pengguna tidak memahami betul resiko keamanan dan kerahasiaan dari *mobile banking*. Oleh karena itu, kepercayaan nasabah merupakan faktor penting yang mendorong nasabah untuk terus bertransaksi perbankan.<sup>18</sup>

Terdapat beberapa indikator kepercayaan yaitu sebagai berikut :<sup>19</sup>

- a. Kehandalan, artinya kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada nasabah dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Kepedulian, merupakan sikap empati yang tinggi yang dapat dirasakan pihak bank mampu memberikan solusi permasalahan nasabahnya.
- c. Kredibilitas, artinya penyelenggaraan mekanisme operasional transaksi elektronik perbankan yang jujur dan dapat dipercaya.

## 2. Kemudahan Penggunaan

Pengertian kemudahan penggunaan mobile banking didefinisikan sebagai tingkat dimana seseorang meyakini bahwa penggunaan *mobile banking* merupakan hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari pemakainya. Konsep ini mencakup kejelasan tujuan penggunaan dan kemudahan penggunaan *mobile banking* untuk tujuan sesuai dengan keinginan pemakai.

Sedangkan persepsi kemudahan menurut Widjana yaitu keyakinan individu bahwa menggunakan sistem teknologi informasi tidak akan merepotkan atau membutuhkan usaha yang besar pada saat digunakan. Konsep ini memberikan

---

<sup>18</sup> Djakfar.

<sup>19</sup> Junai Al Fian and Tri Yuniati, "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya," *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5, no. 6 (2016): 1–18.

pengertian bahwa apabila sistem informasi mudah digunakan, maka penggunaannya cenderung untuk menggunakan sistem informasi tersebut.

Kemudahan penggunaan merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam. Kemudahan merupakan anugerah dari Allah SWT, diberikan agar manusia tetap bersemangat dan tekun dalam menjalankan ajaran agama, terutama dalam keadaan sulit. Kemudahan-kemudahan yang diberikan Islam adalah kemudahan yang paling sempurna. Betapa bahagianya menjadi seorang muslim karena segala sesuatunya adalah kebaikan.

Sedangkan secara umum menurut Davis, kemudahan penggunaan diartikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Selain itu, menurut Goodwin dan Silver menyatakan bahwa intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dengan system juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.<sup>20</sup> Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai penilaian seseorang mengenai suatu teknologi bahwa tidak perlu kemampuan yang tinggi untuk menggunakannya.

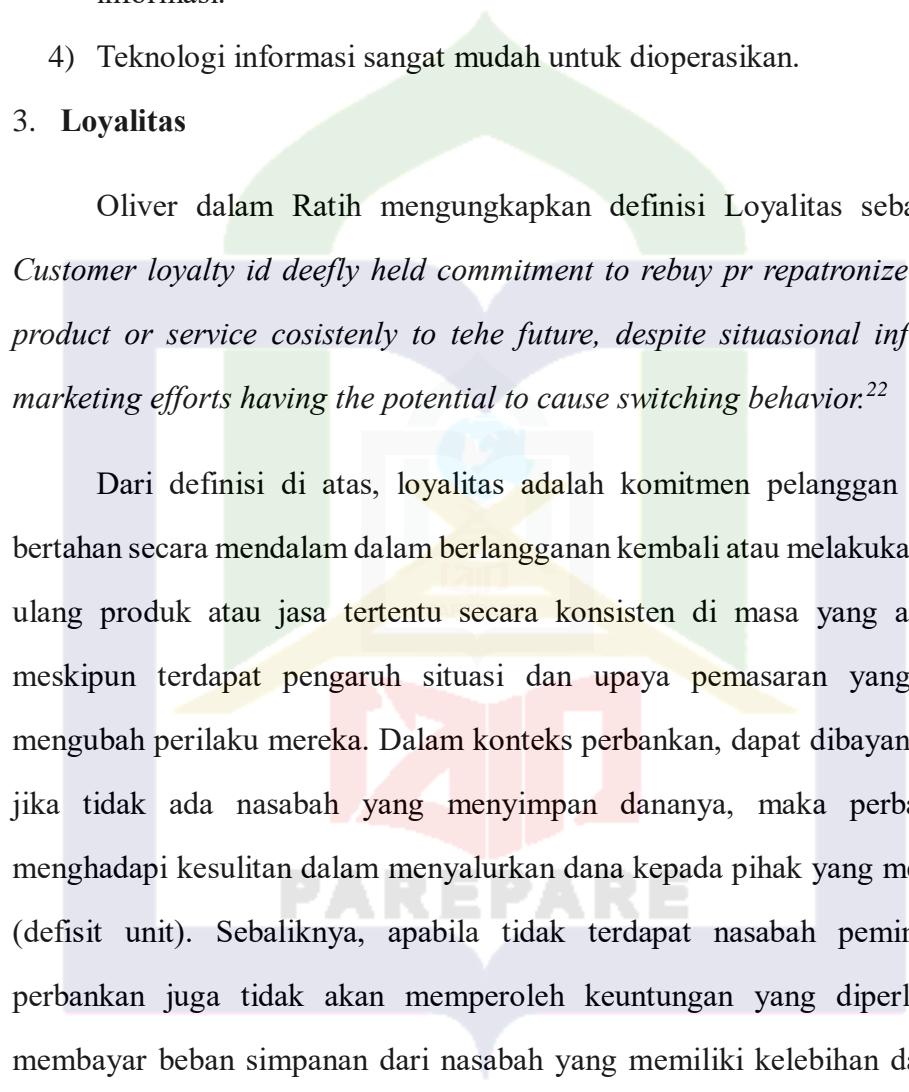
Terdapat beberapa indikator kemudahan penggunaan teknologi informasi antara lain meliputi:<sup>21</sup>

- 1) Teknologi informasi sangat mudah dipelajari.

---

<sup>20</sup> Irmadhani and Mahendra Adhi Nugroho, “Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan,” *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 2012, 1–20.

<sup>21</sup> Ahmad and Bambang Setiyo Pambudi, “Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Keamanan Dan Ketersediaan Fitur Terhadapminat Ulang Nasabah Bank Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Pada Program Layanan Internet Banking Bri),” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2013): 1689–99.

- 
- 2) Teknologi informasi mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna.
  - 3) Keterampilan pengguna akan bertambah dengan menggunakan teknologi informasi.
  - 4) Teknologi informasi sangat mudah untuk dioperasikan.

### 3. Loyalitas

Oliver dalam Ratih mengungkapkan definisi Loyalitas sebagai berikut *Customer loyalty is deeply held commitment to rebuy or repatronize a preferred product or service consistently to the future, despite situational influences and marketing efforts having the potential to cause switching behavior.*<sup>22</sup>

Dari definisi di atas, loyalitas adalah komitmen pelanggan untuk tetap bertahan secara mendalam dalam berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa tertentu secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun terdapat pengaruh situasi dan upaya pemasaran yang berpotensi mengubah perilaku mereka. Dalam konteks perbankan, dapat dibayangkan bahwa jika tidak ada nasabah yang menyimpan dana, maka perbankan akan menghadapi kesulitan dalam menyalurkan dana kepada pihak yang membutuhkan (defisit unit). Sebaliknya, apabila tidak terdapat nasabah peminjam, maka perbankan juga tidak akan memperoleh keuntungan yang diperlukan untuk membayar beban simpanan dari nasabah yang memiliki kelebihan dana (surplus)

---

<sup>22</sup> Raysa Sekar Puri, "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah."

unit). Oleh karena itu, keberadaan dan loyalitas nasabah sangatlah bernilai dan menjadi fondasi penting bagi keberlangsungan operasional perbankan.<sup>23</sup>

Menurut Griffin dalam Ratih "*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*" Berdasarkan definisi diatas dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/ jasa suatu perusahaan yang dipilih.<sup>24</sup>

#### a. Manfaat Loyalitas

Keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki pelanggan royal menurut Gaffin dalam Ratih :<sup>25</sup>

- 1) Dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal).
- 2) Dapat mengurangi biaya transaksi.
- 3) Dapat menurangi biaya *turn over* konsumen (karena penggantian konsumen yang lebih sedikit).
- 4) Dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.

---

<sup>23</sup> M.M. I Nyoman Budiono,SP., *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, ed. M.E. Asriadi Arifin, S.E., *Proceedings of the National Academy of Sciences* (IAIN PAREPARE NUSANTARA PRESS, 2022), <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056%0Ahttps://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827%0Ainternal-pdf://semisupervised-3254828445/semisupervised.ppt%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.10>.

<sup>24</sup> Raysa Sekar Puri, "Pengaruh Layanan Mobiile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah."

<sup>25</sup> Raysa Sekar Puri, "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah.".

- 5) Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal juga berarti mereka yang merasa puas.
- 6) Dapat mengurangi biaya kegagalan (seperti biaya penggantian, dll).

### **b. Karakteristik Loyalitas**

Pelanggan yang loyal merupakan asset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana digunakan Giffin dalam Ratih pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>26</sup>

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

### **c. Merancang dan Menciptakan Loyalitas**

Smith dalam Ratih menyatakan bahwa loyalitas pelanggan tidak bisa tercipta begitu saja, tetapi harus dirancang oleh perusahaan, adapun tahap-tahap perancangan loyalitas tersebut adalah sebagai berikut :<sup>27</sup>

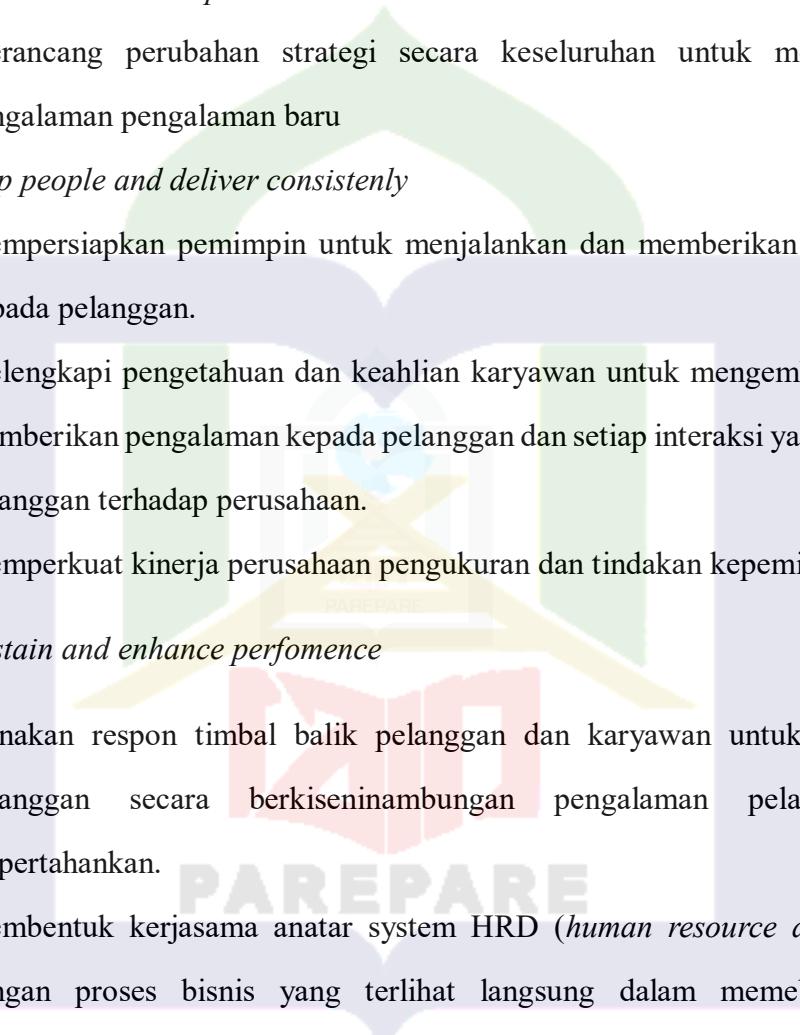
#### *1) Define Customer Value*

- a) Identifikasi segmen pelanggan sasaran.
- b) Definisikan nilai pelanggan mana yang menjadi pendorong keputusan pembelian dan penciptaan loyalitas.
- c) Ciptakan diferensiasi *brand promise*.

---

<sup>26</sup> Raysa Sekar Puri, "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah."

<sup>27</sup> Raysa Sekar Puri.

- 
- 2) *Design The Branded Customer Experience.*
    - a) Mengembangkan pemahaman *Customer Experience*.
    - b) Merancang perilaku karyawan untuk merealisasikan strategi secara keseluruhan *brand promise*.
    - c) Merancang perubahan strategi secara keseluruhan untuk merealisasikan pengalaman pengalaman baru
  - 3) *Equip people and deliver consistently*
    - a) Mempersiapkan pemimpin untuk menjalankan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan.
    - b) Melengkapi pengetahuan dan keahlian karyawan untuk mengembangkan dan memberikan pengalaman kepada pelanggan dan setiap interaksi yang dilakukan pelanggan terhadap perusahaan.
    - c) Memperkuat kinerja perusahaan pengukuran dan tindakan kepemimpinan
  - 4) *Sustain and enhance performance*
    - a) Gunakan respon timbal balik pelanggan dan karyawan untuk memilihara pelanggan secara berkisrinambungan pengalaman pelanggan dan mepertahankan.
    - b) Membentuk kerjasama antar system HRD (*human resource development*) dengan proses bisnis yang terlihat langsung dalam memeberikan dan menciptakan pengalaman pelanggan.
    - c) Secara terus menurus mengembangkan dan mengkomunikasikan hasil untuk menanamkan *Branded Customer Experience* yang telah dijalankan perusahaan.
- d. Tahapan Loyalitas**

Tahapan loyalitas pelanggan menurut Niegel Hill dalam Ratih :<sup>28</sup>

1. *Suspects*

Meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang/jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang/jasa perusahaan

2. *Prospect*

Orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun mereka akan belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahuinya keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*).

3. *Customers*

Sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetapi tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan, loyalitas pada tahap ini belum terlihat.

4. *Clients*

Meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang/jasa yang dibutuhkan atau ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama, dan mereka telah memiliki sifat retention.

5. *Advocates*

Pada tahap ini, *client* secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang/jasa di perusahaan tersebut.

---

<sup>28</sup> Raysa Sekar Puri.

#### 6. *Partners*

Pada tahap ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, tahap ini pelanggan berani menolak produk/jasa dariperusahaan lain.<sup>29</sup>

### C. Kerangka Konseptual

Agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam pengertian judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan istilah dari istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini:

#### 1. Kepercayaan

Kepercayaan mengacu pada keyakinan nasabah bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank BTN Syariah aman, andal, dan dapat dipercaya. Kepercayaan ini dipengaruhi oleh beberapa faktor keamanan dan privasi, kendala sistem, reputasi bank dan transparansi informasi.

#### 2. Kemudahan

Kemudahan (*ease of use*) dalam konteks *mobile banking* mengacu pada sejauh mana nasabah merasa layanan ini mudah digunakan, tanpa memerlukan banyak usaha, waktu, atau keahlian teknis. Konsep ini berasal dari *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna akan mengadopsinya.

#### 3. Loyalitas

Loyalitas nasabah mengacu pada kesetiaan nasabah terhadap suatu bank, yang ditunjukkan melalui penggunaan berulang atas layanan bank, rekomendasi

---

<sup>29</sup> Alfian Ade Prasetyo, “Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pegadaian Syariah Semarang),” 2019, 1–212.

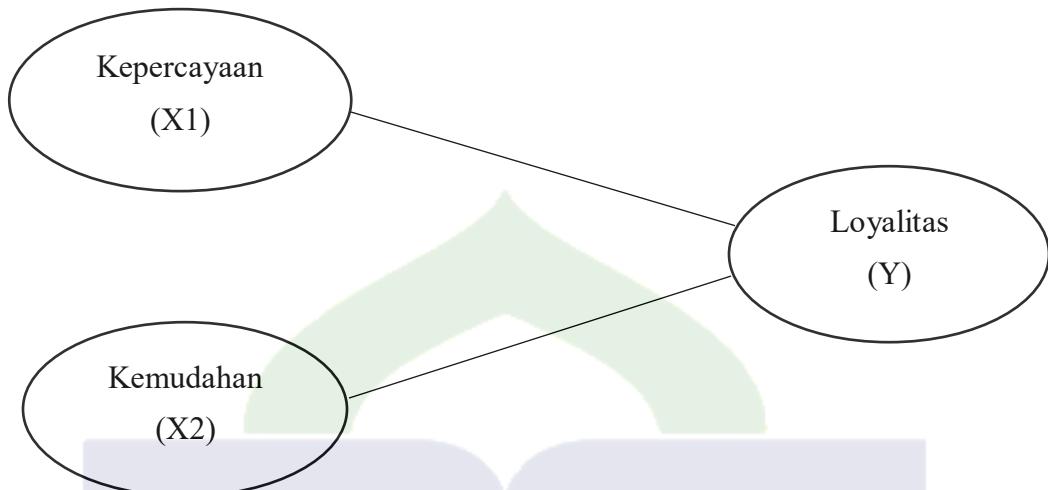
kepada orang lain, dan keengganan untuk beralih ke bank lain. Dalam konteks *mobile banking*, loyalitas nasabah berarti nasabah terus menggunakan aplikasi *mobile banking* yang disediakan oleh bank dan merasa puas dengan layanannya.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut di atas maka yang dimaksud dengan implementasi manajemen resiko pembiayaan murabahah pada Bank BTN Syariah Kota Parepare adalah penerapan sistem manajemen dalam menangani pembiayaan murabahah dalam meminimalisir kerugian-kerugian pada Bank Syariah dengan tidak mengabaikan prinsip-prinsip syariah pada bank tersebut.

#### D. Kerangka Konseptual

Dalam konseptual, peneliti memerlukan sebuah kerangka pemikiran yang digunakan sebagai landasan untuk mengetahui sebuah variabel ataupun lebih yang mana variabel memengaruhi maupun variabel yang dipengaruhi. Dalam penelitian ini variabel dependennya minat nasabah menggunakan *mobile banking* dan manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan menjadi variabel yang mempengaruhi atau variabel independen.

Kerangka konseptual dalam penelitian ini dapat digambarkan secara sistematis sebagai berikut:



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual

Skema kerangka konseptual diatas, dapat dijelaskan bahwa dalam penelitian ini akan ditelusuri Pengaruh kepercayaan dan kemudahan pengguna *Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

### E. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya. Sehingga Hipotesis dapat diartikan sebagai jawaban atau dugaan sementara yang harus diuji kebenarannya.

Hipotesis dalam penelitian sebagai berikut:

$H_1$  : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

$H_2$  : Kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

H<sub>3</sub> : Kepercayaan dan kemudahan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif hubungan dapat pula disebut penelitian empiris dimana dalam penelitian data dan informasi yang diperoleh dari kegiatan lapangan (kerja penelitian). Penelitian yang akan diteliti adalah penelitian asosiatif hubungan kausal. Menurut Sugiyono penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau juga pengaruh antara dua variabel atau lebih. Sedangkan hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat, yaitu adanya variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan dependen (dipengaruhi). Dalam penelitian ini metode asosiatif digunakan untuk meneliti pengaruh kualitas layanan *mobile banking* BTN Syariah terhadap keputusan dan loyalitas nasabah studi kasus pada BTN Syariah KC kota Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang memperoleh data berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik.<sup>30</sup>

#### B. Lokasi dan Waktu penelitian

##### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian yang dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian yaitu Bank BTN Syariah Kota Parepare.

##### 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dalam waktu 6 bulan dalam kurung waktu Desember 2024 hingga Juni 2025.

---

<sup>30</sup> Lia Suprihartini, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2023).

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi berasal dari Bahasa Inggris yang berarti population yang berarti jumlah penduduk. Dalam metode penelitian, kata populasi sangat popular digunakan untuk menyebutkan serumpun/sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian, populasi penelitian merupakan keseluruhan (universum) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, udara, nilai, peristiwa,sikap, hidup, dan sebagainya.<sup>31</sup> Populasi ini menjadi fokus utama dalam penelitian agar data yang dikumpulkan bersifat relevan dan dapat mewakili tujuan penelitian. Dalam konteks ini, populasi yang digunakan adalah seluruh pengguna aplikasi *mobile banking* di Bank BTN Syariah, yang berjumlah 33 orang.

### 2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik slovin, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria yang digunakan penelitian ini adalah :

1. Nasabah aktif Bank BTN Syariah Kota Parepare.
2. Menggunakan *mobile banking* BTN Syariah minimal selama 3 bulan terakhir.
3. Bersedia mengisi kuesioner penelitian.

Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih adalah individu yang menurut pertimbangan peneliti dapat di dekati. Sampel dalam penelitian kuantitatif adalah bagian penting dari proses yang memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan tentang populasi yang lebih besar. Memilih metode pengambilan sampel yang tepat

---

<sup>31</sup> Sofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17, Metode Penelitian Kualitatif*, Rajawali G (Jakarta, 2010).

dan ukuran sampel yang sesuai sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil.

$$\begin{aligned} n &= \frac{33}{1 + 33(0,05)^2} \\ n &= \frac{33}{1 + 33 \cdot 0,0025} \\ n &= \frac{33}{1 + 0,0825} \\ n &= \frac{33}{1,0825} \end{aligned}$$

$$n = 30,48$$

#### Keterangan

$n$  = adalah jumlah sampel

$N$  = adalah jumlah populasi

$e$  = adalah batas toleransi kesalahan (*eros tolerance*)

Perhitungan di atas menggunakan rumus Slovin untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Dengan jumlah populasi (N) sebanyak 33 orang dan batas toleransi kesalahan (e) sebesar 5% atau 0,05, maka perhitungannya adalah  $n = \frac{33}{1+(33 \times 0,0025)}$  sehingga diperoleh  $n = \frac{33}{1,0825} = 30,48$ . Hasil ini menunjukkan bahwa jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sekitar 30 responden. Dalam keterangan, n adalah jumlah sampel, N adalah jumlah populasi, dan e adalah batas toleransi kesalahan yang digunakan untuk mengatur tingkat ketelitian hasil penelitian.

## D. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner/ Angket

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab, yang bertujuan memperoleh informasi mengenai persepsi, sikap, atau pengalaman mereka terhadap variabel yang diteliti.<sup>32</sup> Teknik ini dipilih karena efisien dalam menjangkau responden dalam jumlah banyak, serta memungkinkan peneliti memperoleh data yang terstruktur dan mudah dianalisis.. Dalam penelitian ini hal utama yang harus diketahui adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan Bank BTN Syariah Kota Parepare.

## E. Definisi Operasional Variabel

### 1. Kepercayaan (X1)

Kepercayaan dalam konteks ini didefinisikan sebagai keyakinan nasabah bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank BTN Syariah dapat diandalkan, aman, dan mampu menjaga privasi serta integritas data transaksi mereka.

Variabel ini diukur melalui lima dimensi, yaitu:

- 1) Keamanan yang mencerminkan keyakinan nasabah bahwa data dan transaksi terlindungi;
- 2) Integritas yaitu persepsi bahwa layanan *mobile banking* beroperasi secara jujur dan transparan;

---

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Alfabeta, 2014).

- 3) Kompetensi yakni keyakinan terhadap kemampuan bank dalam mengelola teknologi digital secara profesional;
- 4) Konsistensi yang menunjukkan stabilitas dan keandalan sistem *mobile banking*; serta
- 5) Privasi yaitu perlindungan terhadap informasi pribadi dan kerahasiaan nasabah

## 2. Kemudahan Penggunaan (X2)

Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana nasabah menilai bahwa mobile banking BTN Syariah mudah digunakan, mudah dipahami, dan tidak memerlukan banyak usaha dalam mengakses maupun melakukan transaksi.

Variabel ini mencakup empat dimensi, yaitu:

- 1) Kemudahan belajar yang menunjukkan betapa cepat dan mudah aplikasi dipahami bahkan oleh pengguna baru;
- 2) Keterbukaan navigasi yakni tampilan antarmuka yang jelas dan intuitif;
- 3) Efisiensi waktu yaitu persepsi bahwa layanan membantu menghemat waktu dalam transaksi perbankan; serta
- 4) Ketersediaan bantuan yaitu ketersediaan panduan atau bantuan teknis saat nasabah mengalami kendala.

## 3. Loyalitas (Y)

Loyalitas nasabah adalah sikap dan perilaku nasabah yang ditandai dengan keinginan untuk terus menggunakan *mobile banking* BTN Syariah, tetap setia meskipun ada tawaran dari bank lain, serta bersedia merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Variabel ini terdiri atas empat dimensi, yaitu:

- 1) Niat penggunaan ulang yaitu kecenderungan untuk terus menggunakan layanan mobile banking secara berkelanjutan;
- 2) Rekomendasi yakni kesediaan nasabah merekomendasikan layanan kepada pihak lain;
- 3) Ketergantungan layanan yaitu sejauh mana nasabah merasa terbantu dan bergantung pada layanan *mobile banking*; serta
- 4) Kepuasan layanan yaitu tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan yang telah diterima.

#### F. Instrumen Penelitian

Data pendukung diperlukan untuk mengevaluasi dan membuktikan validitas hipotesis. Untuk mendapatkan data yang lengkap, diperlukan pendekatan pengumpulan data yang sesuai dengan masalah yang diteliti, karena hal ini dapat mempengaruhi hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan metode berikut dalam hal ini:

##### 1. Angket/Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang meliputi serangkaian pertanyaan yang harus dijawab atau dilaksanakan oleh responden. Metode ini mengumpulkan data dengan membuat daftar pertanyaan tertulis yang akan ditujukan kepada responden dalam hal ini pelanggan.. Skala Likert menggunakan 5 poin akan digunakan untuk mengukur faktor dalam penelitian ini, dan akan diberikan kepada klien yang berkunjung. Mengenai lima alternatif jawaban yang diberikan oleh responden yaitu :

**Tabel 3.1 Instrumen Penelitian**

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat Tidak Setuju	STS	1
Tidak Setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat Setuju	SS	5

*Sumber : Diadaptasi dari Rensis Likert dalam Sugiyono (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.*

Skala Likert adalah alat untuk mengevaluasi sikap, pendapat, dan persepsi terhadap suatu hal atau situasi tertentu. Pernyataan positif dan negatif adalah dua jenis pernyataan yang digunakan dalam Likert. Pernyataan negatif mendapat skor 1, 2, 3, 4, dan 5, sedangkan pernyataan afirmatif mendapat skor 5, 4, 3, 2, dan 1. Sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju menjadi format jawaban dan skala Likert.<sup>33</sup>

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah teknik mengorganisasikan hasil penelitian untuk menarik kesimpulan. Kumpulan data yang disebut statistik ditampilkan dalam bentuk tabel, daftar, gambar, grafik, atau pengukuran tertentu, seperti statistik penduduk, statistik kelahiran, dan statistik pertumbuhan ekonomi. Pengumpulan data, klasifikasi, penyajian, pemrosesan, kesimpulan, dan pengambilan keputusan berdasarkan isu-isu spesifik semuanya tercakup dalam statistik.<sup>34</sup>

<sup>33</sup> Resky Amelia, “Pengaruh Loyalitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Mudharabah Pada BSI KCP Pinrang” (IAIN Parepare, 2023).

<sup>34</sup> Syofian Siregar, “Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perhitungan Manual&spss,” *Angewandte Chemie International Edition*, 1967, 51–65.

Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, analisis data dilakukan dengan mengikuti seleksi dan pengumpulan data penelitian sebagai bagian dari proses pengujian data. Penelitian ini menggunakan berbagai pendekatan analisis data, antara lain ;

### 1. Analisis Deskriptif

Nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varians tertinggi, minimum, jumlah, rentang, kurtosis, dan skewness suatu kumpulan data akan dijelaskan dalam statistik deskriptif (distribusi miring). Lebih khusus lagi, statistik deskriptif digunakan untuk menampilkan hasil ringkasan dan mengumpulkan serta meringkas data.<sup>35</sup>

### 2. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Validitas kuesioner dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Ketika pertanyaan-pertanyaan survei dapat menjelaskan pokok bahasan yang akan diukur, survei tersebut dikatakan sah. Dengan melengkapi korelasi bivariat antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk, dilakukan uji validitas. Berikut persyaratan uji validitas:<sup>36</sup>

- 1) Jika  $r_{hitung}$  positif dan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut valid.
  - 2) Jika  $r_{hitung}$  negatif dan  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pertanyaan tersebut tidak valid.
- b. Uji Realibilitas

---

<sup>35</sup> Sofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*.

<sup>36</sup> Rafiqi Zul Hilmi, Ratih Hurriyati, and Lisnawati, “Aplikasi Analisis Multivariate” 3, no. 2 (2018): 91–102.

Kuesioner yang digunakan akan dilakukan pengukuran reliabilitas suatu variabel adalah uji reliabilitas. Jika tanggapan seseorang terhadap pertanyaan konstan atau stabil sepanjang waktu, kuesioner dikatakan dapat diandalkan.<sup>37</sup> Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memenuhi *cronbach's alpha* ( $\alpha$ )  $> 0,60$ .

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel residual dalam prosedur regresi berdistribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) digunakan untuk menguji normalitas. Jika Asymp. Sig(2-tailed)  $> 0,05$  atau 5%, maka distribusi data dikatakan normal.<sup>38</sup>

d. Uji Linearitas

Melalui uji linieritas, Anareg yang digunakan akan ditentukan. Uji linieritas adalah proses yang digunakan untuk menilai apakah sebaran nilai data bersifat linier atau tidak. Data studi diselesaikan dengan analisis linier jika suatu hasil diklasifikasikan sebagai linier. Di sisi lain, jika datanya tidak linier, Anareg nonlinier digunakan untuk mengatasi masalah tersebut.<sup>39</sup> Untuk mendeteksi apakah model linear atau tidak dapat dilakukan dengan menggunakan nilai *Deviation from Linearity* yaitu:

- a. Jika nilai *Deviation from Linearity*  $> 0,05$ , maka ada hubungan yang linear secara signifikan.
- b. Jika nilai *Deviation from Linearity*  $< 0,05$ , maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan.
- e. Analisis Uji Regresi Berganda

---

<sup>37</sup> Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metode Penelitian* (Jakarta: Teras, 2009).

<sup>38</sup>

<sup>39</sup> Manotar Tampubolon, "Metode Penelitian Metode Penelitian," *Metode Penelitian Kualitatif* 3, no. 17 (2023): 43, <http://repository.unpas.ac.id/44547/5/BAB III.pdf>.

Regresi linier sederhana dapat digunakan untuk mengantisipasi permintaan di masa depan berdasarkan data historis atau untuk memastikan dampak dari satu atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana).<sup>40</sup>

Pada regresi berganda terdapat satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Analisis regresi berganda ini digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan produk *mobile banking* pada Bank BTN Syariah Kota Parepare. Variabel independen yang digunakan pada penelitian ini adalah Loyalitas (X1), Kepercayaan (X2) dengan rumus:

- a.  $Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$
- b. Dimana :
- c. Y: Loyalitas (Variabel terikat)
- d.  $X_1$ : Kepercayaan (Variabel bebas pertama)
- e.  $X_2$ : Kemudahan (Variabel bebas kedua)
- f. a : Konstanta
- g.  $\beta_1, \beta_2$ : Koefisien Regresi Berganda

#### b) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar proporsi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam

---

<sup>40</sup> Sofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17.*

suatu model regresi. Nilai  $R^2$  berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun pedoman untuk menginterpretasikan nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

**Tabel 3.2 Pedoman untuk memberikan Interpretasi terhadap Koefisien Determinasi**

Inerval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,8-1,000	Sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat/Sedang
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber Data : Sugiyono, Statistika untuk Penelitian, Bandung: Alfabeta, 2017, hlm. 184.

c) Uji Hipotesis Penelitian

a. Uji t (Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk melihat apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Artinya, untuk mengetahui apakah setiap variabel independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen.

Ketika satu atau sebagian variabel X konstan atau terkendali, ada korelasi parsial yang sangat mempengaruhi atau menghubungkan dua variabel atau lebih. Ketika salah satu variabel X tetap (konstan), Uji Korelasi Parsial digunakan untuk menilai hubungan antara variabel X dan Y.

Rumus Kolerasi Persial :

$$T_{hitung} = r_{parsial} \sqrt{n-2}$$

$$\sqrt{1-r^2_{parsial}}$$

Dimana:

**t** hitung=nilai yang akan di bandingkan dengan t tabel

**n**=jumlah sampel

**r** parsial =nilai koefisien parsial.<sup>42</sup>

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan antar variabel,maka dapat menggunakan pedoman sebagai berikut:

**Tabel 3.3 Interpretasi Hubungan Antar Variabel**

Inerval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,8-1,000	Sangat kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat/Sedang
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber Data : Data diolah dengan IBM SPSS 26,(2025)

#### b. Uji Simultan

---

<sup>42</sup> Nuryadi et al., *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian*, Sibuku Media, 2017.

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variable independen yang dimasukkan dalam model regresi linear secara bersama-sama terhadap variable dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis untuk uji F adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai probabilitas  $> 0,05$ , maka  $H_1$  diterima atau  $H_0$  ditolak, artinya variable independen tidak mempunyai pengaruh secara individual terhadap variable dependen.
- 2) Jika nilai probabilitas  $< 0,05$ , maka  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya variable independen mempunyai pengaruh secara individual terhadap variable dependen.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Hasil Penelitian

##### 1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada seluruh responden yang berjumlah 30 orang, sesuai dengan jumlah populasi yang sekaligus dijadikan sampel. Meskipun setiap kuesioner terdiri dari 45 item pertanyaan, jumlah tersebut tidak mempengaruhi jumlah sampel yang tercantum dalam Tabel 4.1. Tabel tersebut hanya memuat data mengenai jumlah kuesioner yang disebar, jumlah yang tidak kembali, dan jumlah yang dapat diolah. Dengan demikian, fokus pada tabel ini adalah jumlah responden, bukan jumlah pertanyaan dalam kuesioner, karena yang dianalisis sebagai sampel penelitian adalah individu yang mengisi kuesioner, bukan banyaknya butir pertanyaan yang mereka jawab.

**Tabel 4.1 Data Sampel Penelitian**

Keterangan	Jumlah	Percentase (%)
Kuesioner yang disebar	30	100
Kuesioner yang tidak kembali	0	0
Kuesioner yang dapat diolah	30	100

Sumber Data: Data Primer yang Diolah SPSS Versi 26 (2025)

Karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dibagi menjadi beberapa bagian atau kelompok, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir nasabah Bank BTN Syariah Kota Parepare. Adanya pembagian atau pengelompokan ini dilakukan agar responden yang menjadi bagian dari

penelitian ini mampu memberikan jawaban atau memberikan penilaian yang sesuai dengan pemikiran dan pemahaman mereka. Sehingga, resiko yang muncul selama data ini diuji akan dapat diminimalisirkan.

#### a. Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah nasabah Bank BTN Syariah Kota Parepare. Sampel dalam penelitian ini adalah 30 orang. Deskriptif responden berdasarkan jenis kelamin pada dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.2 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase%
Laki-laki	12	40,00%
Perempuan	18	60,00%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber Data : Data diolah dengan IBM SPSS 26 , (2025)*

Tabel 4.2 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang telah disesuaikan dengan jumlah populasi sebanyak 30 orang. Hasil penyesuaian proporsional menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 12 orang (40,00%), sementara responden perempuan sebanyak 18 orang (60,00%). Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan, yang dapat mengindikasikan bahwa perempuan lebih dominan atau lebih aktif dalam penggunaan layanan *mobile banking* di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

Hal ini menunjukkan bahwa pengguna aplikasi *mobile banking* di Bank BTN Syariah Kota Parepare lebih banyak berasal dari kalangan perempuan. Tingginya partisipasi perempuan dapat mencerminkan bahwa perempuan saat ini semakin aktif dalam mengelola keuangan pribadi maupun keluarga, serta cukup adaptif terhadap penggunaan teknologi perbankan digital seperti *mobile banking*. Sementara itu,

meskipun jumlah laki-laki lebih sedikit, persentase tersebut tetap menunjukkan bahwa kedua gender memiliki ketertarikan dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

#### b. Usia

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Interval Usia**

Usia (Tahun)	Frekuensi	Presentase%
<20	3	10,00%
20-44	19	63,33%
31-40	7	23,33%
41-50	0	0,00%
>50	1	3,33%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber Data : Data diolah dengan IBM SPSS 26,(2025)

Tabel 4.3 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan interval usia yang telah disesuaikan dengan jumlah populasi sebanyak 30 orang. Dari hasil penyesuaian proporsional, responden yang berusia di bawah 20 tahun berjumlah 3 orang (10,00%), usia 20–30 tahun sebanyak 19 orang (63,33%), usia 31–40 tahun sebanyak 7 orang (23,33%), usia 41–50 tahun tidak terdapat responden (0,00%), dan responden yang berusia di atas 50 tahun sebanyak 1 orang (3,33%). Data ini memberikan gambaran bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia produktif, yaitu 20–30 tahun, yang mencerminkan kelompok usia yang paling aktif dalam menggunakan layanan *mobile banking*.

#### c. Pendidikan

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden dilihat dari Pendidikan**

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Presentase%
SD	1	3,3%
SMP	2	6,6%

SMA/SMK	15	50,00%
D3/S1	11	36,67%
S2 keatas	1	3,33%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

Sumber Data : Data diolah dengan IBM SPSS 26, (2025)

Tabel 4.4 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir yang telah disesuaikan dengan jumlah populasi sebanyak 30 orang. Hasil penyesuaian menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendidikan SMA/SMK sebanyak 15 orang (50,00%), diikuti oleh lulusan D3/S1 sebanyak 11 orang (36,67%). Sementara itu, responden dengan pendidikan SMP berjumlah 2 orang (6,67%), dan masing-masing 1 orang (3,33%) untuk lulusan SD dan S2 ke atas. Data ini menggambarkan bahwa sebagian besar responden berada pada tingkat pendidikan menengah dan tinggi, yang umumnya memiliki akses dan pemahaman lebih baik terhadap penggunaan teknologi seperti layanan *mobile banking*.

Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *mobile banking* di Bank BTN Syariah Kota Parepare memiliki tingkat pendidikan menengah hingga tinggi. Hal ini sejalan dengan kecenderungan bahwa individu dengan pendidikan lebih tinggi cenderung lebih mudah menerima dan menggunakan teknologi digital seperti layanan *mobile banking*.

## 2. Analisis Deskripif

### a. Analisis Deskriptif Variabel

**Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan	30	24.00	50.00	40.2333	7.49107

Kemudahan	30	25.00	50.00	38.8000	7.57673
Loyalitas Nasabah	30	20.00	50.00	38.4333	8.05448
Valid N (listwise)	30				

Sumber Data : Data diolah dengan IBM SPSS 26, (2025)

Berdasarkan tabel 4.5 memberikan gambaran statistik dari tiap variabel penilaian. Tabel 4.6 menunjukkan hasil analisis menggunakan statistik deskriptif terhadap variabel loyalitas (X1) dengan nilai minimum 24, nilai maksimum sebesar 50 dan mean atau rata-rata sebesar 40,2333 dengan standar deviasi 7,49107. Variabel kepercayaan (X2) dengan nilai minimum 44, nilai maksimum 50 dan mean atau rata-rata sebesar 38,8000 dengan standar deviasi 7,57673. Sedangkan variabel loyalitas nasabah (Y) dengan nilai minimum 20, maksimum 50 dan mean atau rata-rata 38.4333 dengan standar deviasi sebesar 8,05448.

#### b. Analisis Deskriptif Pernyataan

##### 1. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas(X1)

**Tabel 4.6 Deskriptif Item Pertanyaan Variabel Kepercayaan (X1)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Saya merasa tenang menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena data pribadi saya terlindungi dengan baik.	8 26,7%	16 53,3%	4 13,3%	0 0%	2 6,7%	30 100%
2.	<i>Mobile banking</i> BTN Syariah memiliki sistem keamanan yang baik.	9 44%	16 53,3%	3 10%	0 0%	3 6,7%	30 100%
3.	Saya percaya bahwa informasi pribadi saya aman saat menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.	8 26,7%	12 40%	7 23,3%	1 3,3%	2 6,7%	30 100%

4.	Bank BTN Syariah memiliki reputasi yang baik dalam menjaga kepercayaan nasabah.	9 44%	14 46,7%	5 16,7%	0 0%	2 6,7%	30 100%
5.	Saya yakin bahwa transaksi yang saya lakukan melalui <i>mobile banking</i> akan diproses dengan benar.	9 44%	14 46,7%	4 13,3%	1 3,3%	2 6,7%	30 100%
6.	Saya merasa yakin bahwa Bank BTN Syariah tidak akan menyalahgunakan data pribadi saya.	8 26,7%	14 46,7%	6 20%	0 0%	2 6,7%	30 100%
7.	Saya tidak khawatir dengan risiko pencurian data saat menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.	7 23,3%	15 50%	6 20%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%
8.	Saya percaya bahwa <i>mobile banking</i> BTN Syariah selalu tersedia dan jarang mengalami gangguan.	7 23,3%	12 40%	9 44%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%
9.	Saya merasa bahwa Bank BTN Syariah dapat diandalkan dalam menangani keluhan terkait <i>mobile banking</i> .	7 23,3%	12 40%	7 23,3%	2 6,7%	2 6,7%	30 100%
10.	Saya yakin bahwa <i>mobile banking</i> BTN Syariah transparan dalam memberikan informasi transaksi.	8 26,7%	13 43,3%	7 23,3%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%

Sumber Data : Data Diolah dengan IMB SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel 4.6 distribusi jawaban responden untuk variable Kepercayaan (X1) diperoleh data terdiri dari 10 item pertanyaan dengan 30 responden. Berikut rinciannya:

- Pada pernyataan pertama, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 16 responden yang menjawab 'setuju', 4 responden yang menjawab 'netral', 0 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat

'tidak setuju'. Total skor pada pernyataan pertama adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka merasa tenang menggunakan layanan *mobile banking* karena data pribadi mereka terlindungi dengan baik.

- b. Pada pernyataan kedua, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 16 responden yang menjawab 'setuju', dan 3 responden yang menjawab 'netral', 0 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 3 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan kedua adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah memiliki Sistem keamanan yang baik.
- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 12 responden yang menjawab 'setuju', 7 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare Bisa di percaya bahwa informasi pribadi aman saat menggunakan aplikasi *mobile banking*.
- d. Pada pernyataan keempat, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 14 responden yang menjawab 'setuju', 5 responden yang menjawab 'netral', 0 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare memiliki reputasi yang baik dalam menjaga kepercayaan nasabah.

- e. Pada pernyataan kelima, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 14 responden yang menjawab 'setuju', 4 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare diyakini bahwa dalam bertransaksi melalui *mobile banking* akan diproses dengan baik.
- f. Pada pernyataan keenam, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 14 responden yang menjawab 'setuju', 6 responden yang menjawab 'netral', 0 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare tidak akan menyalah gunakan data pribadi anda .
- g. Pada pernyataan ketujuh, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 15 responden yang menjawab 'setuju', 6 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare tidak beresiko dengan pencurian data saat menggunakan fitur *mobile banking*.
- h. Pada pernyataan kedelapan, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 12 responden yang menjawab 'setuju', 9 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana

didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare selalu tersedia dan jarang mengalami gangguan.

- i. Pada pernyataan kesembilan, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 12 responden yang menjawab 'setuju', 7 responden yang menjawab 'netral', 2 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare dapat diandalkan dalam menangani keluhan terkait *mobile banking*.
  - j. Pada pernyataan kesepuluh, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 13 responden yang menjawab 'setuju', 7 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare transparan dalam memberikan informasi transaksi.
2. Analisis Deskriptif Variabel Kemudahan (X2)

**Tabel 4.7 Deskriptif Item Pertanyaan Variabel Kemudahan(X2)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
1.	<i>Mobile banking</i> BTN Syariah mudah untuk digunakan.	7 23,3%	15 50%	6 20%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%
2.	Antarmuka aplikasi <i>mobile banking</i> BTN Syariah mudah dipahami.	9 44%	12 40%	6 20%	1 3,3%	2 6,7%	30 100%

3.	Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.	8 26,7%	13 43,3%	5 16,7%	2 6,7%	2 6,7%	30 100%
4.	Fitur-fitur yang tersedia di <i>mobile banking</i> BTN Syariah sangat membantu kebutuhan transaksi saya.	9 44%	11 36,%	6 20%	2 6,7%	2 6,7%	30 100%
5.	Saya jarang mengalami kesulitan dalam menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.	7 23,3%	10 33,3%	6 20%	6 20%	1 3,3%	30 100%
6.	<i>Mobile banking</i> BTN Syariah memiliki navigasi yang jelas dan tidak membingungkan.	7 23,3%	9 44%	12 40%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%
7.	Saya merasa nyaman menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah tanpa bantuan orang lain.	8 26,7%	12 40%	8 26,7%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%
8.	Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah kapan saja dan di mana saja melalui <i>mobile banking</i> .	7 23,3%	10 33,3%	10 33,3%	1 3,3%	2 6,7%	30 100%
9.	Proses pendaftaran dan aktivasi <i>mobile banking</i> BTN Syariah sangat mudah.	7 23,3%	12 40%	8 26,7%	1 3,3%	2 6,7%	30 100%
10.	<i>Mobile banking</i> BTN Syariah memiliki fitur pencarian yang mempermudah transaksi.	8 26,7%	14 46,7%	5 16,7%	2 6,7%	1 3,3%	30 100%

Sumber Data : Data Diolah dengan IMB SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel 4.7 distribusi jawaban responden untuk variable Kemudahan (X2) diperoleh data terdiri dari 10 item pertanyaan dengan 30 responden. Berikut rinciannya:

- Pada pernyataan pertama, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 15 responden yang menjawab 'setuju', 6 responden yang menjawab 'netral', 1

responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan pertama adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah mudah digunakan.

- b. Pada pernyataan kedua, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 12 responden yang menjawab 'setuju', dan 6 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan kedua adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa dalam antarmuka Bank BTN Syariah mudah dipahami .
- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 13 responden yang menjawab 'setuju', 5 responden yang menjawab 'netral', 2 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare cepat dipahami dalam penggunaan fitur *mobile bankinnya*.
- d. Pada pernyataan keempat, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 11 responden yang menjawab 'setuju', 6 responden yang menjawab 'netral', 2 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare memiliki fitur-fitur yang tersedia yang sangat membantu kebutuhan transaksi nasabah .

- e. Pada pernyataan kelima, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 10 responden yang menjawab 'setuju', 6 responden yang menjawab 'netral', 6 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa mobile banking Bank BTN Syariah Kota Parepare jarang mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur *mobile banking*.
- f. Pada pernyataan keenam, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 9 responden yang menjawab 'setuju', 12 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa *mobile banking* Bank BTN Syariah Kota Parepare memiliki navigasi yang jelas dan tidak membingungkan.
- g. Pada pernyataan ketujuh, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 12 responden yang menjawab 'setuju', 8 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare nyaman digunakan tanpa bantuan orang lain.
- h. Pada pernyataan kedelapan, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 10 responden yang menjawab 'setuju', 10 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana

didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare mudah digunakan dalam bertransaksi perbankan dengan mudah kapan saja dan dimana saja melalui *mobile banking*.

- i. Pada pernyataan kesembilan, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 12 responden yang menjawab 'setuju', 8 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota Parepare proses pendaftarannya dan aktivasi *mobile banking* sangat mudah.
  - j. Pada pernyataan kesepuluh, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 14 responden yang menjawab 'setuju', 5 responden yang menjawab 'netral', 2 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah Kota memiliki fitur pencarian yang mempermudah transaksi.
3. Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas (Y)

**Tabel 4.8 Deskriptif Item Pertanyaan Variabel Loyalitas (Y)**

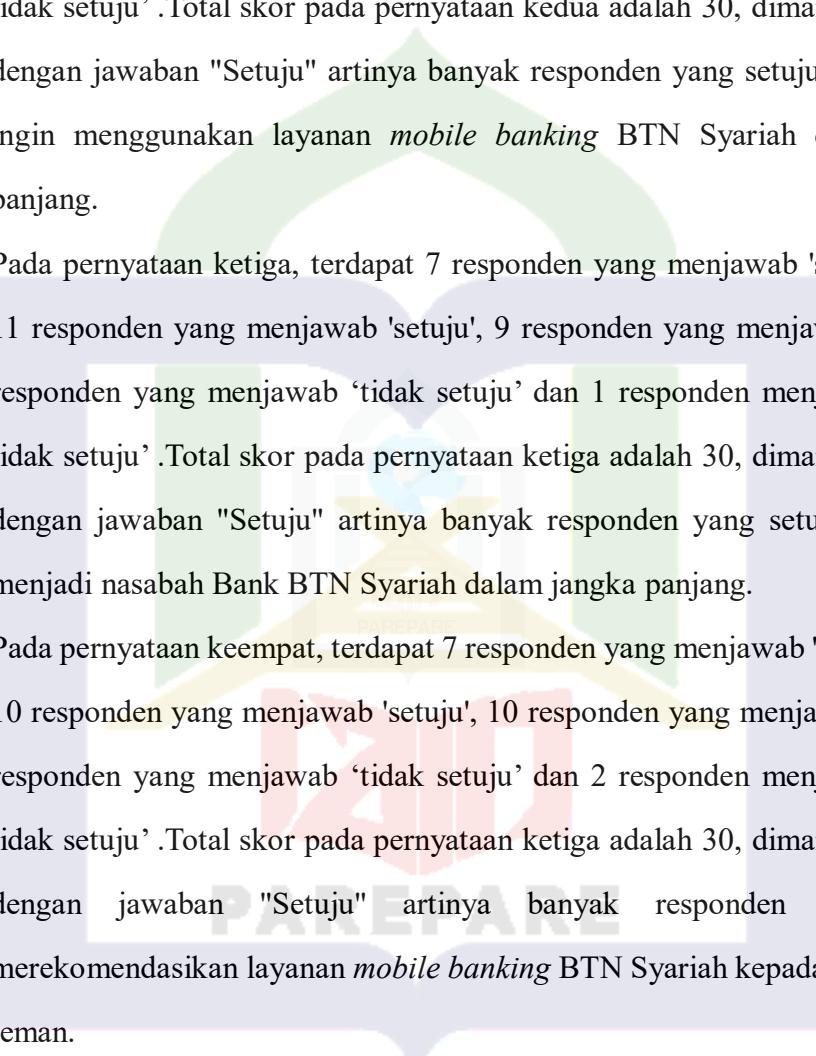
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Total
1.	Saya merasa puas dengan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.	9 44%	14 46,7%	5 16,7%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%
2.	Saya tetap ingin menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah dalam jangka panjang.	6 20%	16 53,3%	6 20%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%

3.	Saya akan tetap menjadi nasabah BTN Syariah meskipun ada bank lain dengan layanan serupa.	7 23,3%	11 36,7%	9 44%	2 6,7%	1 3,3%	30 100%
4.	Saya merekomendasikan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah kepada keluarga dan teman.	7 23,3%	10 33,3%	10 33,3%	1 3,3%	2 6,7%	30 100%
5.	Saya lebih memilih menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah dibandingkan layanan perbankan lainnya.	8 26,7%	9 44%	10 33,3%	1 3,3%	2 6,7%	30 100%
6.	Saya merasa bahwa BTN Syariah memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan bank lain.	7 23,3%	10 33,3%	10 33,3%	2 6,7%	1 3,3%	30 100%
7.	Saya tidak berencana untuk pindah ke bank lain dalam waktu dekat.	7 23,3%	6 20%	13 43,3%	3 10%	1 3,3%	30 100%
8.	Saya sering menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah untuk berbagai transaksi keuangan.	9 44%	7 23,35	10 33,3%	2 6,7%	2 6,7%	30 100%
9.	Saya merasa nyaman menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah secara rutin.	8 26,7%	11 36,7%	7 23,3%	3 10%	10 3,3%	30 100%
10.	Saya percaya bahwa BTN Syariah akan terus meningkatkan layanan <i>mobile banking</i> mereka.	9 44%	10 33,3%	9 44%	1 3,3%	1 3,3%	30 100%

Sumber Data : Data Diolah dengan IMB SPSS 26,2025

Berdasarkan tabel 4.8 distribusi jawaban responden untuk variable Kepercayaan (Y) diperoleh data terdiri dari 10 item pertanyaan dengan 30 responden. Berikut rinciannya:

- Pada pernyataan pertama, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 14 responden yang menjawab 'setuju', 5 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan pertama adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang merasa puas dengan layanan *mobile banking* Bank BTN Syariah Kota Parepare.

- 
- b. Pada pernyataan kedua, terdapat 6 responden yang menjawab 'sangat setuju', 16 responden yang menjawab 'setuju', dan 6 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan kedua adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju dengan tetap ingin menggunakan layanan *mobile banking* BTN Syariah dalam jangka panjang.
  - c. Pada pernyataan ketiga, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 11 responden yang menjawab 'setuju', 9 responden yang menjawab 'netral', 2 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju akan tetap menjadi nasabah Bank BTN Syariah dalam jangka panjang.
  - d. Pada pernyataan keempat, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 10 responden yang menjawab 'setuju', 10 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju merekomendasikan layanan *mobile banking* BTN Syariah kepada keluarga dan teman.
  - e. Pada pernyataan kelima, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 9 responden yang menjawab 'setuju', 10 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi

dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa mereka memilih menggunakan layanan *mobile banking* Bank BTN Syariah dibandingkan layanan perbankan lainnya.

- f. Pada pernyataan keenam, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 10 responden yang menjawab 'setuju', 10 responden yang menjawab 'netral', 2 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju bahwa Bank BTN Syariah memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan yang lain.
- g. Pada pernyataan ketujuh, terdapat 7 responden yang menjawab 'sangat setuju', 6 responden yang menjawab 'setuju', 13 responden yang menjawab 'netral', 3 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Netral" artinya banyak responden yang memilih netral.
- h. Pada pernyataan kedelapan, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 7 responden yang menjawab 'setuju', 10 responden yang menjawab 'netral', 2 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 2 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Netral" artinya banyak responden yang tidak terlalu sering menggunakan *mobile banking* BTN Syariah untuk berbagai transaksi keuangan.
- i. Pada pernyataan kesembilan, terdapat 8 responden yang menjawab 'sangat setuju', 11 responden yang menjawab 'setuju', 7 responden yang menjawab

'netral', 3 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 10 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju mereka merasa nyaman menggunakan layanan *mobile banking* BTN Syariah secara rutin.

- j. Pada pernyataan kesepuluh, terdapat 9 responden yang menjawab 'sangat setuju', 10 responden yang menjawab 'setuju', 9 responden yang menjawab 'netral', 1 responden yang menjawab 'tidak setuju' dan 1 responden menjawab 'sangat tidak setuju'. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 30, dimana didominasi dengan jawaban "Setuju" artinya banyak responden yang setuju percaya bahwa Bank BTN Syariah akan terus meningkatkan layanan *mobile banking* mereka.

### c. Pengujian Persyaratan Analisis Data

#### 1. Uji Validitas

Validnya kuesioner dievaluasi dengan menggunakan uji validitas. Antara setiap skor indikator dan skor konstruk keseluruhan, korelasi bivariat digunakan dalam tes ini. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada signifikansi 5% maka data dianggap dapat diterima. Hasil uji validitas masing-masing variabel ditunjukkan pada tabel 4.10 berikut. Dengan nilai  $r$  tabel 0,361.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan**

Item Persyaratan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kepercayaan_1	0,631	0361	Valid
Kepercayaan_2	0,775	0361	Valid
Kepercayaan_3	0,721	0361	Valid

Kepercayaan_4	0,829	0361	Valid
Kepercayaan_5	0,831	0361	Valid
Kepercayaan_6	0,808	0361	Valid
Kepercayaan_7	0,685	0361	Valid
Kepercayaan_8	0,810	0361	Valid
Kepercayaan_9	0,841	0361	Valid
Kepercayaan_10	0,736	0361	Valid

Sumber Data: Data Primer yang Diolah SPSS Versi 26 (2025)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item pada variabel kepercayaan (X1) dinyatakan valid hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung > r tabel pada tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan**

Item Persyaratan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kemudahan_1	0,635	0361	Valid
Kemudahan_2	0,821	0361	Valid
Kemudahan_3	0,813	0361	Valid
Kemudahan_4	0,801	0361	Valid
Kemudahan_5	0,779	0361	Valid
Kemudahan_6	0,799	0361	Valid
Kemudahan_7	0,670	0361	Valid
Kemudahan_8	0,776	0361	Valid
Kemudahan_9	0,825	0361	Valid
Kemudahan_10	0,698	0361	Valid

Sumber Data: Data Primer yang Diolah SPSS Versi 26 (2025)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item pada variabel kemudahan (X2) dinyatakan valid hal ini dibuktikan dengan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada tingkat signifikansi 5%.

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas**

Item Persyaratan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Loyalitas_1	0,813	0361	Valid
Loyalitas_2	0,798	0361	Valid
Loyalitas_3	0,929	0361	Valid
Loyalitas_4	0,910	0361	Valid
Loyalitas_5	0,870	0361	Valid
Loyalitas_6	0,854	0361	Valid
Loyalitas_7	0,812	0361	Valid
Loyalitas_8	0,804	0361	Valid
Loyalitas_9	0,731	0361	Valid
Loyalitas_10	0,731	0361	Valid

Sumber Data: Data Primer yang Diolah SPSS Versi 26 (2025)

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item pada variabel loyalitas (Y) dinyatakan valid hal ini dibuktikan dengan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel pada tingkat signifikansi 5%.

## 2. Analisis Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap

pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) $> 0,60$ . Berikut ini disajikan hasil dari uji reabilitas dari masing-masing variabel.

**Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas Tiap Variabel**

Variabel	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	Batas Reabilitas	Keterangan
Kepercayaan	0,942	0,60	
Kemudahan	0,932	0,60	
Loyalitas	0,959	0,60	

Sumber Data : Data Primer yang diolah (2025)

Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) dari semua variable lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrument dari kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan masing-masing variable dinyatakan reliable atau handal sebagai alat ukur variable.

### 3. Uji Normalitas

Pengujian yang dipergunakan agar dapat diketahui ditribusi data yang digunakan itu normal melalui uji one sample *Kolmogorov-Smirnov test*. Dapat dipahami tujuan pengujian ini agar dapat menguji data yang digunakan normal atau tidak. Suatu persamaan regresi dikatakan lolos normalitas apabila nilai signifikansi uji *Kolmogorov-Smirnov*  $> 0,05$ .

**Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual

N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.40925081
Most Extreme Differences	Absolute	0.168
	Positive	0.133
	Negative	-0.168
Test Statistic		0.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.031 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		0.331
Point Probability		0.000

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

Sumber Data : Data Primer yang diolah (2025)

Uji Kolmogorov Smirnov memiliki 3 pendekatan, yakni *Asymptotic Only*, *Monte Carlo*, dan terakhir *Exact*. Berdasarkan Hasil uji normalitas data yang dilakukan peneliti menggunakan pendekatan *Exact* dengan  $\text{Sig} > 0,05$ . Berdasarkan hasil uji normalitas data tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0.331 yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat dikatakan nilai residual berdistribusi normal.

#### 4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk menilai ada atau tidaknya hubungan linear yang substansial antara kedua variabel. Penyimpangan dari bilangan Linearitas dapat digunakan untuk menentukan apakah modelnya linier atau tidak. Jika angka Deviasi dari Linearitas lebih dari 0,05, maka dianggap linier.

**Tabel 4.14 Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	1769.000	15	117.933	14.694	0.000
		Linearity	1538.876	1	1538.876	191.73	0.000
		Deviation from Linearity	244.124	14	16.437	2.048	0.096
	Within Groups		112.367	14	8.026		
	Total		1881.367	29			

*Sumber Data : Data Primer yang diolah (2025)*

Berdasarkan hasil uji linearitas tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Deviation from Linearity* antara pengaruh kepercayaan dan kemudahan pengguna mobile banking yaitu sebesar 0.096. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  maka korelasi variabel independent terhadap variabel dependen memiliki hubungan yang linear. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi *Deviation from Linearity* 0.096 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05.

#### d. Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial (Uji Statistik t) dan simultan (Uji Statistik f). Dalam

penelitian ini pengaruh kepercayaan dan kemudahan pengguna mobile banking terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

**Tabel 4.15 Hasil Uji Linear Berganda**

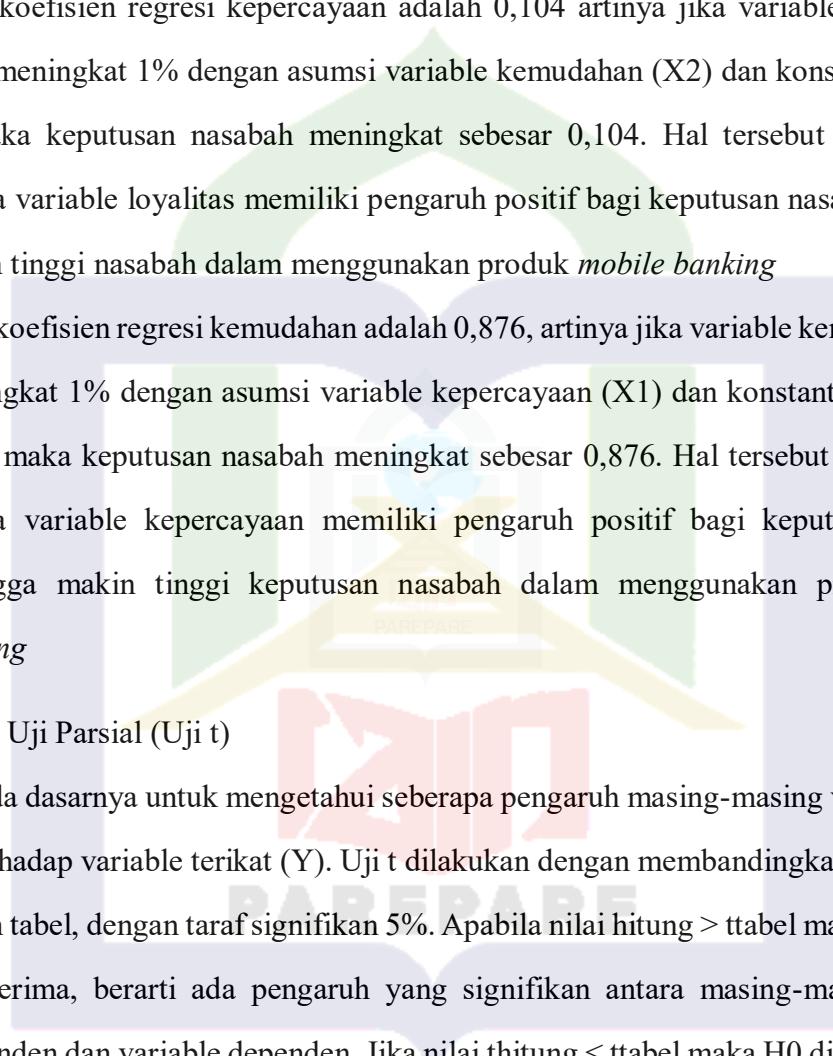
Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 1 X1	(Constant) 0.26 0.10 4	3.666 2 0.157		0.07 1 0.096	0.94 4 0.51		
	X2	0.87 6	0.156	0.824	5.63 3	0.00 0	0.310 3.22 7
a. Dependent Variable: Y							

*Sumber Data : Data Primer yang diolah (2025)*

Berdasarkan hasil analisis data 4.10, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,262 + 0,104X_1 + 0,876X_2$$

Persamaan regresi pada tabel 4.10 memperlihatkan hubungan pada antara variable independent dengan variable dependen secara persial, dari persamaan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa

- 
- a) Nilai constanta adalah 0,262 yang berarti jika terjadi perubahan variable kepercayaan dan kemudahan (nilai X1 dan X2 adalah 0) maka keputusan nasabah Bank BTN Syariah Kota Parepare ada sebesar 0,262 satuan.
  - b) Nilai koefisien regresi kepercayaan adalah 0,104 artinya jika variable kepercayaan (X1) meningkat 1% dengan asumsi variable kemudahan (X2) dan konstanta a adalah 0, maka keputusan nasabah meningkat sebesar 0,104. Hal tersebut menunjukkan bahwa variable loyalitas memiliki pengaruh positif bagi keputusan nasabah sehingga makin tinggi nasabah dalam menggunakan produk *mobile banking*
  - c) Nilai koefisien regresi kemudahan adalah 0,876, artinya jika variable kemudahan (X2) meningkat 1% dengan asumsi variable kepercayaan (X1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka keputusan nasabah meningkat sebesar 0,876. Hal tersebut menunjukkan bahwa variable kepercayaan memiliki pengaruh positif bagi keputusan nasabah sehingga makin tinggi keputusan nasabah dalam menggunakan produk *mobile banking*

#### 4. Uji Parsial (Uji t)

Pada dasarnya untuk mengetahui seberapa pengaruh masing-masing variable bebas (X) terhadap variable terikat (Y). Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan tabel, dengan taraf signifikan 5%. Apabila nilai hitung  $>$  ttabel maka H0 ditolak Ha diterima, berarti ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variable independen dan variable dependen. Jika nilai thitung  $<$  ttabel maka H0 diterima dan Ha ditolak, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara masing-masing variable independen dan variable dependen.

Dengan persamaan t tabel sebagai berikut :

$t_{tabel} = df: n-k-1 = t, (44-2-1) = 27 = 1,70329$

Sehingga  $t_{tabel}$  adalah 1,70329

**Tabel 4.16 Hasil Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.262	3.666		0.071	0.944		
	X1	0.104	0.157	0.096	0.659	0.515	0.310	3.227
	X2	0.876	0.156	0.824	5.633	0.000	0.310	3.227

a. Dependent Variable: Y

*Sumber Data : Data diolah dengan IBM SPSS 26, (2025)*

a) Kepercayaan (X1)

Nilai signifikansi variabel Kepercayaan (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) sebesar  $0,515 > 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $0.659 < t_{tabel} 1,70329$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama ditolak atau tidak terdapat hubungan antara variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

b) Kemudahan (X2)

Nilai signifikan variabel Kepercayaan (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t$  hitung  $5.633 > t_{tabel} 1,70329$ , maka dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis pertama diterima atau terdapat pengaruh antara variabel kemudahan terhadap loyalitas nasabah. Maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

5. Uji Simultan (Uji F)

Menurut pardede dan manurung, uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh variable dependen secara bersamaan (Y). Jika variable independen yang mempengaruhi variable dependen pada saat yang sama (Y). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan signifikan nilai F yang turunkan > dari F tabel, memastikan model yang dikembangkan benar dan model regresi berpengaruh secara bersama-sama, Hal ini dengan melihat nilai F tabel

$$F \text{ tabel} = f(k;n), F=(2; 44-2) = F \text{ tabel} = (2 ; 27) = 3.10$$

Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.17 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1544.440	2	772.150	61.851	.000 <sup>b</sup>
	Residual	337.067	27	12.484		
	Total	1881.367	29			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Sumber Data : Data diolah dengan IBM SPSS,26 (2025)

Berdasarkan hasil uji simultan yang telah dialakukan, dapat dilihat pada tabel 4.17 tersebut menunjukkan bahwa hasil uji simultan variabel independent dengan variabel dependen. Dimana terlihat nilai F hitung ( 61.851 ) > nilai F tabel (3,10), dan nilai signifikansi 0,000 < dari 0,05. Artinya variabel independent (kepercayaan dan kemudahan) secara simultan memiliki pengaruh yang secara signifikan terhadap

variabel dependen yaitu loyalitas nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dan kemudahan memiliki pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Kota Parepare.

### 5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan *variance variable dependen*.

Berikut ini tabel hasil pengujian analisis regresi berganda :

**Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.906 <sup>a</sup>	0.821	0.808	3.533	0.821	61.851	2	27	0.000	2.435
a. Predictors: (Constant), X2, X1										
b. Dependent Variable: Y										

*Sumber Data : Data Primer diolah dengan IBM SPSS 26, (2025)*

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa hasil dari R diperoleh sebesar 0.906 , angka tersebut berarti pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap loyalitas nasabah sebesar 90,6% dan sisanya sebanyak 9,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa

masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk *mobile banking*.

#### e. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dengan jumlah responden yang dimiliki yakni 44 orang yang dimana dalam statistik deskriptif telah dibahas berbagai karakteristik responden yang diangkat. Responden yang diangkat tentu merupakan nasabah yang menggunakan aplikasi *Mobile Banking* Bank BTN Syariah KC Parepare. Berikut ini draf responden dalam penelitian ini. Dapat dilihat pada tabel 4.18.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach Alpha*, dimana hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari tiap variabel yaitu variabel X1(0,942), X2 (0,932)  $> 0,60$ , Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Hal ini dibuktikan dengan uji statistik *cronbach's alpha* (*a*)  $> 0.60$  yang berarti bahwa kuesioner yang merupakan indikator dari variabel tersebut reliabel atau andal.

#### 1. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare

Hasil pengujian hipotesis pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen menunjukkan Variabel X1 nilai t hitung (2,659)  $>$  t tabel (1,70329) dapat di artikan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini erat kaitannya dengan pengertian kepercayaan Menurut Ballester dan Alleman menjelaskan bahwa, kepercayaan merupakan variabel kunci dalam mengembangkan keinginan konsumen akan produk dan layanan yang tahan

lama untuk mempertahankan hubungan jangka panjang, dalam hal ini hubungan nasabah dengan bank. Untuk dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabahnya, pihak bank perlu menganut konsep kepuasan pelanggan. Agar dapat bertahan hidup dalam era *mobile banking* pihak bank harus mempunyai pelanggan loyal yang percaya terhadap ekspansi jasa online.<sup>43</sup> Dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare dapat dilihat dari sejauh mana nasabah merasa yakin terhadap integritas, kompetensi, dan komitmen bank dalam memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Kepercayaan dalam konteks ini didefinisikan sebagai keyakinan nasabah bahwa layanan *mobile banking* yang disediakan oleh Bank BTN Syariah dapat diandalkan, aman, dan mampu menjaga privasi serta integritas data transaksi mereka. Variabel ini diukur melalui lima dimensi, yaitu keamanan, yang mencerminkan keyakinan nasabah bahwa data dan transaksi terlindungi; integritas, yaitu persepsi bahwa layanan *mobile banking* beroperasi secara jujur dan transparan; kompetensi, yakni keyakinan terhadap kemampuan bank dalam mengelola teknologi digital secara profesional; konsistensi, yang menunjukkan stabilitas dan keandalan sistem mobile banking; serta privasi, yaitu perlindungan terhadap informasi pribadi dan kerahasiaan nasabah. Kepercayaan ini terbentuk melalui pengalaman positif nasabah dalam menggunakan produk dan layanan bank, khususnya dalam era digital seperti *mobile banking*. Ketika nasabah merasa bahwa layanan perbankan syariah yang diberikan aman, transparan, dan sesuai dengan

---

<sup>43</sup> Amanullah, “Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang).”

nilai-nilai Islam, maka dimensi-dimensi tersebut akan semakin menguat dan meningkatkan tingkat kepercayaan secara keseluruhan. Kepercayaan yang tinggi mendorong nasabah untuk tetap setia, tidak berpindah ke bank lain, serta cenderung merekomendasikan bank kepada orang lain. Dengan demikian, semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan kepatuhan Bank BTN Syariah terhadap prinsip syariah, maka semakin besar kemungkinan mereka menjadi nasabah yang loyal. Oleh karena itu, membangun dan menjaga kepercayaan merupakan langkah strategis bagi Bank BTN Syariah dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah, terutama di tengah persaingan layanan digital perbankan yang semakin ketat.

Penelitian ini sejalan dengan Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yulia Widi Astuti, Ratno Agriyanto dan Ahmad Turmudzi pada tahun 2020 dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan *Mobile Banking* Syariah”. Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas layanan, nilai nasabah, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri. Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana cara meningkatkan loyalitas nasabah pengguna layanan mobile banking pada BSM. Penelitian ini menggunakan 100 responden pengguna layanan mobile banking pada BSM di kota Semarang. Analisis data menggunakan SEM dengan program komputer Smart PLS 3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa antara lain kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas. Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah

berpengaruh positif dan tidak signifikan. Sedangkan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.<sup>44</sup>

## **2. Pengaruh kemudahan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare**

Berdasarkan hasil uji t dalam analisis regresi linear berganda, diperoleh bahwa variabel kemudahan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,663 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,70329, serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,011 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Kota Parepare. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin mudah layanan *mobile banking* digunakan oleh nasabah baik dari segi navigasi, efisiensi waktu, maupun kemudahan akses maka semakin besar kemungkinan nasabah untuk tetap setia menggunakan layanan tersebut dan merekomendasikannya kepada orang lain.

Temuan ini sejalan dengan kondisi di lapangan, di mana kenyamanan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah. Aplikasi yang responsif, mudah dipahami, dan tidak menyulitkan pengguna akan menciptakan pengalaman positif, sehingga menumbuhkan rasa puas dan keterikatan terhadap layanan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas antarmuka pengguna (*user interface*) dan pengalaman pengguna (*user experience*) dalam aplikasi *mobile banking* merupakan aspek

---

<sup>44</sup> "Yulia Widi Astuti. Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah."

strategis yang perlu diperhatikan oleh Bank BTN Syariah guna memperkuat posisi layanan digitalnya di tengah persaingan perbankan modern.

Dalam konteks *mobile banking*, kemudahan mencakup berbagai aspek seperti tampilan antarmuka yang *user-friendly*, proses transaksi yang cepat dan tidak rumit, serta aksesibilitas yang baik kapan saja dan di mana saja. Ketika nasabah merasa nyaman dan tidak menemui hambatan dalam menggunakan aplikasi *mobile banking*, mereka akan cenderung merasa puas dan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap layanan yang diberikan. Hal ini secara langsung mendorong terbentuknya loyalitas, di mana nasabah tidak hanya terus menggunakan layanan tersebut, tetapi juga merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, kemudahan menjadi faktor krusial dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah, sebagaimana yang tercermin dari hasil analisis di Bank BTN Syariah Kota Parepare.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sarintan Abdul Kadir (2023) dengan judul “Pengaruh Kemudahan Penggunaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening yang menggunakan aplikasi mobile banking di Indonesia. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sampel penelitian ini sebanyak 210 responden. Metode analisis data menggunakan pemodelan persamaan struktur SEM (*Structural Equation Modelling*) dibantuan dengan program AMOS versi 25 dan SPSS versi 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan

penggunaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

### **3. Pengaruh kepercayaan dan kemudahan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare**

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.17 dapat dilihat nilai F hitung sebesar 61.851 dengan F tabel adalah 3,10 sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $61.851 > 3,10$  dan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa variable kepercayaan dan kemudahan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Kota Parepare.

Hubungan antara variabel X1 (kepercayaan) dan X2 (kemudahan) berpengaruh signifikan, karena dapat dilihat dari konsistensi nasabah dalam menggunakan layanan mobile banking sebagai bagian dari aktivitas keuangan mereka sehari-hari. Kepercayaan terbentuk karena nasabah menilai bahwa BTN Syariah mampu menjaga prinsip-prinsip syariah, melindungi data pribadi, serta menyediakan sistem yang andal. Sementara itu, kemudahan penggunaan aplikasi BTN Syariah memberikan kenyamanan bagi berbagai segmen pengguna, termasuk mereka yang kurang familiar dengan teknologi. Kombinasi antara rasa aman dari kepercayaan dan kenyamanan dari kemudahan inilah yang mendorong loyalitas nasabah. Akibatnya, nasabah menjadi lebih setia, terus menggunakan layanan, dan bersedia merekomendasikannya kepada orang lain.

Hasil penelitian ini tidak hanya mengkonfirmasi temuan sebelumnya bahwa kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas

nasabah, tetapi juga memberikan kontribusi empiris baru dengan menunjukkan bahwa loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare sangat dipengaruhi oleh persepsi negatif terhadap performa aplikasi. Hal ini berbeda dari studi sebelumnya yang umumnya dilakukan di kota besar atau pada bank konvensional. Oleh karena itu, temuan ini menjadi landasan penting dalam menyusun strategi peningkatan kualitas layanan digital bank syariah di wilayah non-metropolitan.

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa hasil dari R adalah sebesar 90,6%. Ini berarti kemampuan variabel independen atau terikat (loyalitas dan kepercayaan) dalam menjelaskan variabel dependen (Loyalitas Nasabah) sebesar 8,21%. Sedangkan 61,851% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel independen lain yang mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan produk *mobile banking*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal karena bertujuan mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel kepercayaan dan kemudahan penggunaan mobile banking (sebagai sebab) terhadap loyalitas nasabah (sebagai akibat) di Bank BTN Syariah Kota Parepare. Kepercayaan yang tinggi, seperti keyakinan bahwa layanan aman, andal, dan menjaga privasi, mendorong nasabah merasa nyaman dan yakin untuk terus menggunakan layanan. Kemudahan penggunaan yang baik, seperti aplikasi yang mudah dipelajari, dioperasikan, dan hemat waktu, membuat nasabah lebih puas dalam bertransaksi. Kedua faktor ini, baik secara sendiri maupun bersama-sama, menimbulkan akibat berupa meningkatnya loyalitas nasabah, yang tercermin dari kecenderungan untuk tetap

menggunakan *mobile banking* BTN Syariah, merekomendasikannya kepada orang lain, serta enggan beralih ke layanan bank lain.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian mengenai Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kepercayaan ( $X_1$ ) memiliki nilai t hitung sebesar 2,659 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,70329, dengan nilai signifikansi di bawah 0,05. Ini membuktikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan, integritas, kompetensi, konsistensi, dan privasi layanan *mobile banking* BTN Syariah, maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan tersebut.
- 2) Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kemudahan ( $X_2$ ) memiliki nilai t hitung sebesar 2,663 yang juga lebih besar dari t tabel, serta nilai signifikansi sebesar  $0,011 < 0,05$ . Ini menunjukkan bahwa layanan mobile banking yang mudah dipelajari, mudah digunakan, efisien dalam waktu, serta memiliki dukungan teknis yang baik, mendorong nasabah untuk tetap setia menggunakan aplikasi BTNS Mobile.
- 3) Secara simultan, kepercayaan dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 61,851 lebih besar dari F tabel sebesar

3,10, serta nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Kedua variabel independen ini secara bersama-sama menjelaskan 90,6% variasi loyalitas nasabah, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ), sedangkan sisanya sebesar 9,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Dengan demikian, hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepercayaan dan kemudahan penggunaan *mobile banking* merupakan dua faktor utama yang membentuk loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare. Oleh karena itu, penguatan kedua aspek ini sangat penting bagi pihak bank dalam strategi mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di tengah persaingan layanan digital yang semakin ketat.

## B. Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi BTNS Parepare, diharapkan mampu mempertahankan nilai-nilai atau aspek yang berkaitan dengan loyalitas dan kepercayaan kepada nasabah agar dapat mempertahankan keputusan nasabah dalam menggunakan produk di BTNS Parepare khususnya produk *mobile banking*.
2. Bagi nasabah, diharapkan mampu memberikan penilaian yang baik terhadap item-item yang telah diberikan oleh BTNS Parepare dalam setiap transaksi yang dilakukan didalamnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharap mampu menggunakan variabel dan item pernyataan yang lebih banyak dan lebih detail lagi agar mampu memberikan penilaian yang lebih baik dan lebih stabil.



## DAFTAR PUSTAKA

*Al Qur'an dan Al Karim*

Adolph, Ralph. "Bsns Mobile Banking" 2023 (2016): 1–23.

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

Amanullah, Bastian. "Kepercayaan Terhadap Sikap Positif Penggunaan Layanan Mobile Banking (Survey Pada Nasabah Bank BCA Semarang)." *Eprint.Undip.Ac.Id*, 2014, 66.

Azizah, Bilqis Putri, and Ida Bagus Nyoman Udayana. "Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah." *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R"* 6, no. 1 (2022): 88. <https://doi.org/10.32529/jim.v6i1.1504>.

Djakfar, M. *Etika Bisnis Islami : Tatatan Teoritis Dan Praktis*. Malang: UIN Malang Press, 2008.

Eko Yulianto, Ulfa Hidayati dkk. *Pengantar Bisnis Islam*. Edited by Bambang Arianto. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara, 2024.

Fian, Junai Al, and Tri Yunia. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Auto 2000 Sungkono Surabaya." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 5, no. 6 (2016): 1–18.

Hamid, Abdul, and Muhammad Kamal Zubair. "Implementasi Etika Islam Dalam Pemasaran Produk Bank Syariah." *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 1, no. 1 (2022): 16–34. <https://doi.org/10.35905/balanca.v1i1.1037>.

- Handinisari, Hesti, Sofian Muhlisin, and Yono Yono. "Pengaruh Keamanan, Kemudahan Dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking." *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 4, no. 3 (2022): 818–28. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2076>.
- Hilmi, Rafiqi Zul, Ratih Hurriyati, and Lisnawati. "Aplikasi Analisis Multivariante" 3, no. 2 (2018): 91–102.
- I Nyoman Budiono, SP., M.M. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Edited by M.E. Asriadi Arifin, S.E. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. IAIN PAREPARE NUSANTARA PRESS, 2022. <http://dx.doi.org/10.1016/j.bpj.2015.06.056> <https://academic.oup.com/bioinformatics/article-abstract/34/13/2201/4852827> <http://semisupervised-3254828445/semisupervised.pdf> <http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005> <http://dx.doi.org/10.1016/j.str.2013.02.005>
- Imaniyati, Neni Sri. "Tinjauan Umum Kegiatan Usaha Bank Syariah" 1 (2017): 21–73.
- Irmadhani, and Mahendra Adhi Nugroho. "Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan." *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 2012, 1–20.
- Kadir, Sarintan Abdul. "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," 2023.
- Lia Suprihartini. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2023.
- Muchran, Muchriady, Muchran, and Aenul. "Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sulselbar Cabang Utama Makassar." *SEIKO : Journal of Management & Business* 4, no. 3 (2022): 27–31.

- [https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357.](https://doi.org/10.37531/sejaman.vxix.357)
- Nurdin Nurdin, Rukma Ningrum, Sofyan Bachmid, and Abdul Jali. "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 3, no. 1 (2020): 44–45.
- Nuryadi, Tutut Dewi Astuti, Endang Sri Utami, and M. Budiantara. *Buku Ajar Dasar-Dasar Statistik Penelitian. Sibuku Media*, 2017.
- Prasetyo, Alfian Ade. "Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pegadaian Syariah Semarang)," 2019, 1–212.
- Raysa Sekar Puri, Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. "Pengaruh Layanan Mobiile Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah," 2019, 46.
- Resky Amelia. "Pengaruh Loyalitas Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menggunakan Produk Mudharabah Pada BSI KCP Pinrang." IAIN Parepare, 2023.
- Rika Widianita, Dkk. *Halwa Dania Dasmawih. AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. VIII, 2023.
- Satar, Muhammad, and Astri Cahya Rezky. "Vifada Management and Digital Business Implementasi Prinsip Hukum Ekonomi Syariah Dalam Inovasi Digital Marketing Di Indonesia" 2, no. 1 (2025): 40–47.
- Siregar, Syofian. "Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perhitungan Manual&spss." *Angewandte Chemie International Edition*, 1967, 51–65.
- Sofian Siregar. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17. Metode Penelitian Kualitatif*. Rajawali G. Jakarta,

2010.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Tampubolon, Manotar. "Metode Penelitian Metode Penelitian." *Metode Penelitian Kualitatif* 3, no. 17 (2023): 43. <http://repository.unpas.ac.id/44547/5/BAB III.pdf>.

Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta: Teras, 2009.

Umaima, Umaima, Dian Resky Pangestu, and Nur Aefih. "Edukasi Dan Literasi Lembaga Keuangan Syariah Pada Ibu Rumah Tangga Di Desa Padaelo Parepare." *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat Unw Mataram* 4, no. 2 (2023): 201–6. <https://ejournal.unwmataaram.ac.id/jaltn/article/view/1512>.

"Yulia Widi Astuti. Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah,Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah," n.d.





NAMA MAHASISWA	: FITRI
NIM	: 2120203861206116
PRODI	: PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS	: EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUDUL	: PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KE MUDAHAN PENGGUNA <i>MOBILE BANKING</i> TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK BTN SYARIAH KOTA PAREPARE

### KOESIONER PENELITIAN

Kepada Yth :

Bapak/Ibu/Saudara/I Responden

Di Tempat

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Bapak/Ibu/Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya (skripsi) pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, maka saya:

Nama : Fitri

Nim : 2120203861206116

Judul : Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, Saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Atas ketesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner ini, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Parepare, 16 Juli 2025

Hormat Saya,

**Fitri**

2120203861206116

## I. **IDENTITAS RESPONDEN**

Maka bapak/Ibu/Saudara/i memberikan tanda *checklist* (✓) pada pertanyaan pilihan

1. Nama : .....(boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan
3. Umur : ..... tahun
4. Pendidikan Terakhir :  SD  SMA/SMK  S2 keatas  
 SMP  D3/S1
5. Pekerjaan : .....

## II. **PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

1. Pernyataan yang ada, mohon dibaca dan dipahami dengan sebaik-baiknya, sehingga tidak ada pernyataan yang tidak terisi atau terlewatkan.
2. Beri tanda checklist (✓) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i pada kolom yang telah disediakan. Pilihlah jawaban yang sesuai pendapat atas pernyataan. Dengan keterangan dibawah ini:
 

(1)STS = Sangat Tidak Setuju	(4) S = Setuju
(2)TS = Tidak Setuju	(5) SS = Sangat Setuju
(3)N = Netral	
3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja
4. Terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i

## III. **PERNYATAAN TERKAIT PENELITIAN**

No	Indikator Kepercayaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa tenang menggunakan layanan <i>mobile banking</i> karena data pribadi saya terlindungi dengan baik.					

2.	Mobile banking BTN Syariah memiliki sistem keamanan yang baik.					
3.	Saya percaya bahwa informasi pribadi saya aman saat menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.					
4.	Bank BTN Syariah memiliki reputasi yang baik dalam menjaga kepercayaan nasabah.					
5.	Saya yakin bahwa transaksi yang saya lakukan melalui <i>mobile banking</i> akan diproses dengan benar.					
6.	Saya merasa yakin bahwa Bank BTN Syariah tidak akan menyalahgunakan data pribadi saya.					
7.	Saya tidak khawatir dengan risiko pencurian data saat menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.					
8.	Saya percaya bahwa <i>mobile banking</i> BTN Syariah selalu tersedia dan jarang mengalami gangguan.					
9.	Saya merasa bahwa Bank BTN Syariah dapat diandalkan dalam menangani keluhan terkait <i>mobile banking</i> .					
10.	Saya yakin bahwa <i>mobile banking</i> BTN Syariah transparan dalam memberikan informasi transaksi.					

No	Indikator Kemudahan	SS	S	N	TS	STS
1.	<i>Mobile banking</i> BTN Syariah mudah untuk digunakan.					
2.	Antarmuka aplikasi <i>mobile banking</i> BTN Syariah mudah dipahami.					
3.	Saya dapat dengan cepat memahami cara menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.					
4.	Fitur-fitur yang tersedia di <i>mobile banking</i> BTN Syariah sangat membantu kebutuhan transaksi saya.					
5.	Saya jarang mengalami kesulitan dalam menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.					

6.	<i>Mobile banking</i> BTN Syariah memiliki navigasi yang jelas dan tidak membingungkan.					
7.	Saya merasa nyaman menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah tanpa bantuan orang lain.					
8.	Saya dapat melakukan transaksi perbankan dengan mudah kapan saja dan di mana saja melalui <i>mobile banking</i> .					
9.	Proses pendaftaran dan aktivasi <i>mobile banking</i> BTN Syariah sangat mudah.					
10.	<i>Mobile banking</i> BTN Syariah memiliki fitur pencarian yang mempermudah transaksi.					

No	Indikator Loyalitas	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah.					
2.	Saya tetap ingin menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah dalam jangka panjang.					
3.	Saya akan tetap menjadi nasabah BTN Syariah meskipun ada bank lain dengan layanan serupa.					
4.	Saya merekomendasikan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah kepada keluarga dan teman.					
5.	Saya lebih memilih menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah dibandingkan layanan perbankan lainnya.					
6.	Saya merasa bahwa BTN Syariah memberikan pelayanan yang lebih baik dibandingkan bank lain.					
7.	Saya tidak berencana untuk pindah ke bank lain dalam waktu dekat.					
8.	Saya sering menggunakan <i>mobile banking</i> BTN Syariah untuk berbagai transaksi keuangan.					

9.	Saya merasa nyaman menggunakan layanan <i>mobile banking</i> BTN Syariah secara rutin.					
10.	Saya percaya bahwa BTN Syariah akan terus meningkatkan layanan <i>mobile banking</i> mereka.					

Setelah mencermati instrumen dalam penelitian skripsi mahasiswa sesuai dengan judul di atas, maka instrumen tersebut dipandang telah memenuhi kelayakan untuk digunakan dalam penelitian yang bersangkutan.

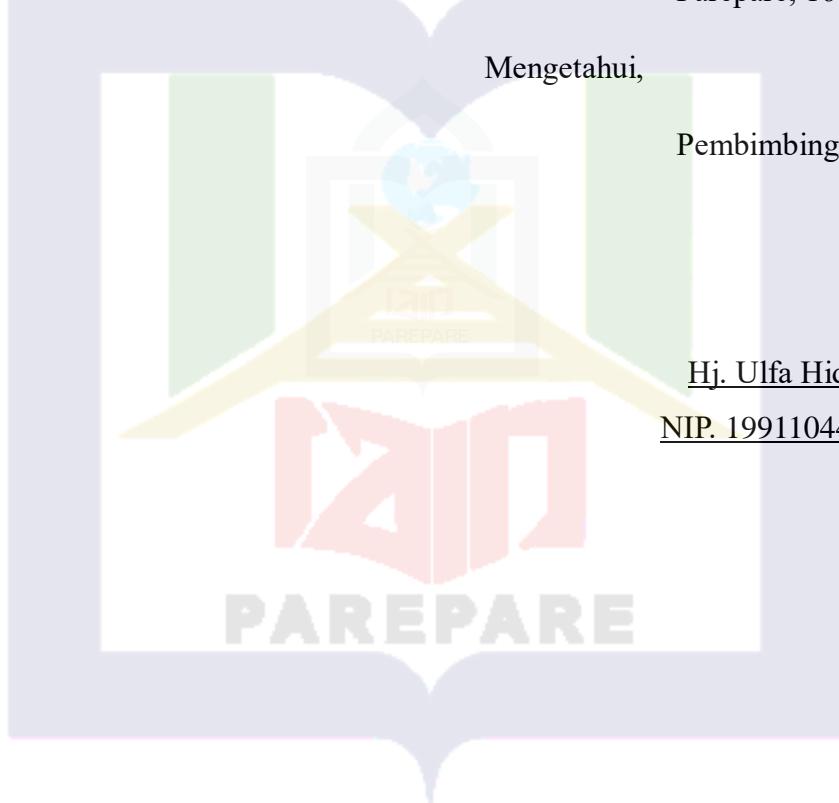
Parepare, 16 Juli 2025

Mengetahui,

Pembimbing Utama

Hj. Ulfa Hidayati, M.M.

NIP. 199110442019032016





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

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 ☎ (0421) 24404  
PO Box 909 Parepare 9110, website : [www.iainpare.ac.id](http://www.iainpare.ac.id) email: [mail.iainpare.ac.id](mailto:mail.iainpare.ac.id)

Nomor : B-2392/ln.39/FEBI.04/PP.00.9/06/2025

02 Juni 2025

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. WALIKOTA PAREPARE  
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
di  
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: FITRI
Tempat/Tgl. Lahir	: PARENKGKI, 20 Juni 2003
NIM	: 2120203861206116
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: DUSUN PARENKGKI, DESA TASSIWALIE, KECAMATAN SUPPA, KABUPATEN PINRANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK BTN SYARIAH KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 03 Juni 2025 sampai dengan tanggal 03 Juli 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkonaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.  
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

1 dari 2



SRN IP0000571

## PEMERINTAH KOTA PAREPARE

## DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpfsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN

Nomor : 571/IP/DPM-PTSP/6/2025

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
  2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
  3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendeklegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

KEPADA

M E N G I Z I N K A N

NAMA

: FITRI

UNIVERSITAS / LEMBAGA

: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE

Jurusan

: PERBANKAN SYARIAH

ALAMAT

: PARENGKI, KEC. SUPPA, KAB. PINRANG

UNTUK

: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNA MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK BTN SYARIAH KOTA PAREPARE

LOKASI PENELITIAN : BTN SYARIAH KCP PAREPARE

LAMA PENELITIAN : 11 Juni 2025 s.d 02 Juli 2025

- a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung  
 b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: Parepare  
 Pada Tanggal : 13 Juni 2025

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL  
 DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 KOTA PAREPARE



HJ. ST. RAHMAM AMIR, ST, MM

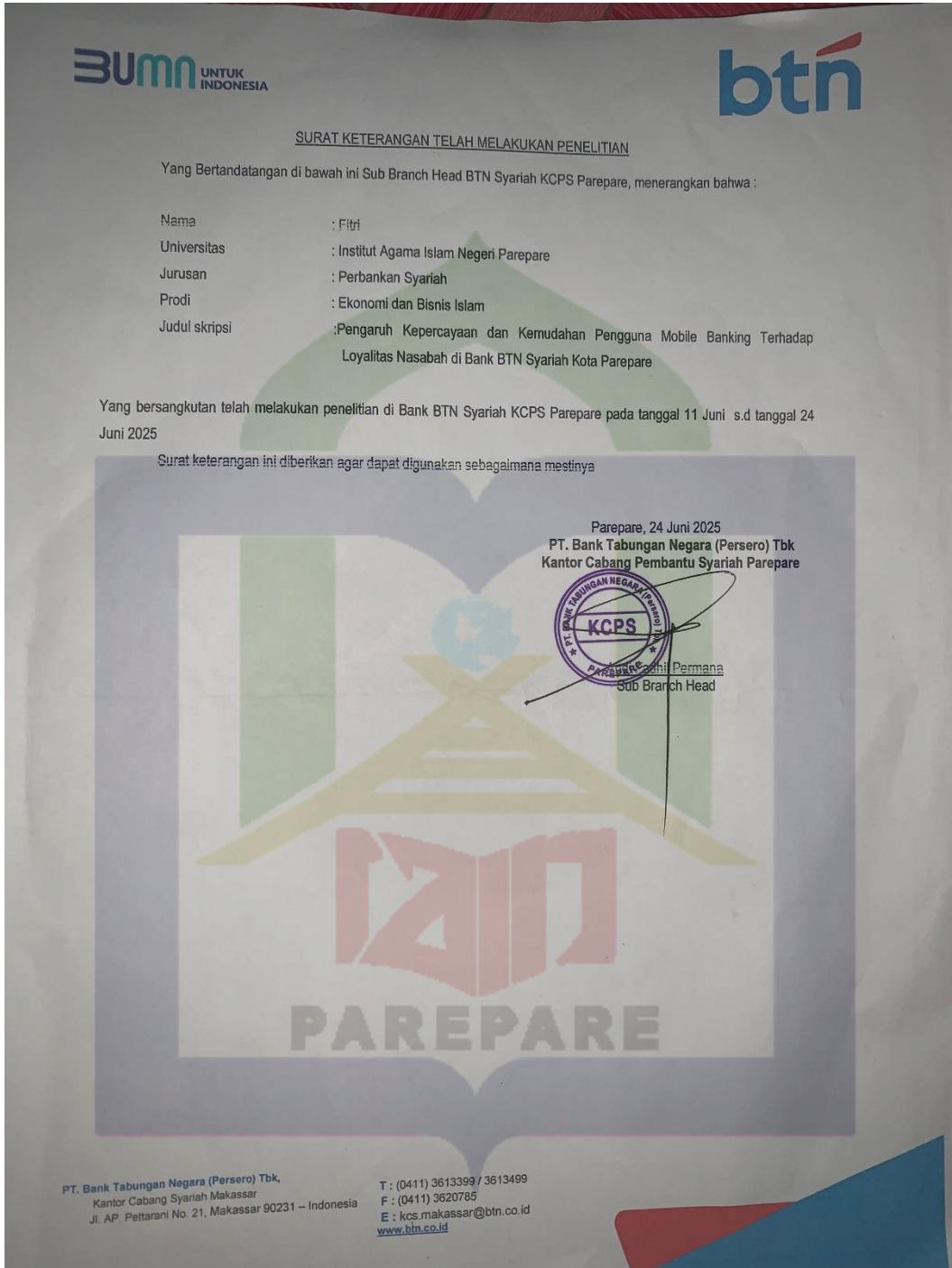
Pembina Tk. 1 (IV/b)

NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1  
 Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keaslinya dengan terdaftar di database DPMPSP Kota Parepare (scan QRCode)





### Daftar Responden

Responden	Jenis kelamin	Usia	Kepercayaan (X1)										Kemudahan (X2)										Loyalitas (Y)										Total Y		
			P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total X1	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	Total X2	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
R1	Laki-Laki	20-30 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50			
R2	Laki-Laki	20-30 tahun	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	36	4	3	4	4	3	3	4	5	4	4	38	4	4	3	3	3	3	4	4	5	36	
R3	Laki-Laki	20-30 tahun	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	
R4	Laki-Laki	<20 tahun	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	
R5	Perempuan	20-30 tahun	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
R6	Perempuan	20-30 tahun	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39	4	5	4	4	2	3	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42	
R7	Perempuan	20-30 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50		
R8	Perempuan	20-30 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38	
R9	Perempuan	20-30 tahun	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	42	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	42	4	3	3	3	4	3	3	4	3	33	
R10	Perempuan	<20 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49	
R11	Laki-Laki	<20 tahun	3	4	3	4	4	4	2	4	3	3	34	3	4	4	5	5	4	4	3	4	4	40	4	3	4	4	3	5	5	4	4	40	
R12	Laki-Laki	20-30 tahun	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	38	3	4	3	3	3	4	2	4	4	3	33	3	4	4	3	3	4	2	3	4	34	
R13	Laki-Laki	20-30 tahun	3	4	2	4	4	4	4	3	5	3	36	4	4	5	3	4	3	5	3	5	3	39	4	4	3	4	3	5	3	3	4	36	
R14	Laki-Laki	20-30 tahun	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	44	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44	4	4	5	5	4	4	5	4	45		
R15	Perempuan	31-40 tahun	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	5	4	3	4	4	39	
R16	Perempuan	20-30 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48	
R17	Laki-Laki	20-30 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
R18	Perempuan	<20 tahun	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41		
R19	Laki-Laki	20-30 tahun	4	5	3	5	4	5	5	5	4	5	45	4	5	4	5	4	5	4	5	5	46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50		
R20	Laki-Laki	20-30 tahun	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	34	4	4	3	3	3	3	2	2	3	30
R21	Perempuan	31-40 tahun	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	28	3	3	3	3	4	3	3	2	3	31		
R22	Laki-Laki	20-30 tahun	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50		
R23	Laki-Laki	>50 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	35	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35	
R24	Laki-Laki	31-40 tahun	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	33	3	4	3	3	3	3	3	3	4	32	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32		
R25	Perempuan	20-30 tahun	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35		
R26	Perempuan	20-30 tahun	1	1	4	3	2	4	3	2	2	4	26	4	1	2	1	2	2	3	3	3	25	4	4	3	3	3	2	3	3	4	32		
R27	Perempuan	20-30 tahun	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	35	4	4	5	5	3	3	3	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39		
R28	Perempuan	20-30 tahun	4	4	3	4	4	4	3	3	2	35	3	3	2	4	2	3	3	3	3	29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30			
R29	Perempuan	20-30 tahun	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41	4	4	4	4	4	3	4	3	37	5	4	4	3	3	4	5	4	4	41			
R30	Laki-Laki	<20 tahun	5	4	1	1	1	1	4	3	1	3	24	5	2	1	2	2	4	5	1	1	5	28	4	3	2	1	1	2	3	1	5	26	

## DOKUMENTASI



Arfinasari Cs

## HASIL PERHITUNGAN SPSS

### 1. Uji Validitas

Correlations																	
	P1	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	
P1	Pearson Correlation	1	.865**	.407*	.432*	.533**	.262	.655**	.714**	.439*	.430*	.504**	.559**	.394*	.568*	.424*	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000	.026	.017	.002	.162	.000	.000	.015	.018	.005	.001	.031	.001	.020	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P02	Pearson Correlation	.865**	1	.419*	.651**	.701**	.488**	.610**	.731**	.614**	.483**	.458*	.687**	.600**	.732*	.599**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.000	.000	.007	.000	.000	.007	.011	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P03	Pearson Correlation	.407*	.419*	1	.734**	.794**	.762**	.386*	.582**	.619*	.626**	.396*	.482**	.630**	.512**	.507**	.446*
	Sig. (2-tailed)		.026	.021	.000	.000	.000	.030	.001	.000	.000	.030	.007	.000	.004	.004	.014
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P04	Pearson Correlation	.433**	.651**	.734**	1	.904**	.877**	.434*	.779**	.789**	.641**	.338	.725**	.783**	.723*	.684**	.532**
	Sig. (2-tailed)		.017	.000	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P05	Pearson Correlation	.533**	.701**	.764**	.904**	1	.825**	.489*	.681**	.805**	.517**	.363*	.753**	.838**	.778*	.658**	.532**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.000	.025	.000	.000	.003	.049	.000	.000	.000	.000	.002
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P06	Pearson Correlation	.262	.485**	.762**	.877**	.825**	1	.481**	.673**	.772**	.593**	.337	.607**	.663**	.571*	.624**	.556*
	Sig. (2-tailed)		.162	.007	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.001	.069	.000	.000	.000	.001	.001
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P07	Pearson Correlation	.655**	.610**	.396*	.434*	.409*	.481**	1	.622**	.552**	.560**	.500**	.482**	.340	.330	.320	.592**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.030	.017	.025	.007	.000	.002	.001	.005	.007	.066	.075	.084	.001
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P08	Pearson Correlation	.714**	.731**	.562**	.728**	.691**	.673**	.622**	1	.650**	.668**	.414*	.690**	.583**	.642**	.709**	.801**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.033	.000	.001	.000	.000	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P09	Pearson Correlation	.433*	.614*	.619*	.789*	.805**	.777*	.552**	.650**	1	.604**	.510**	.830**	.826**	.674**	.744**	.634*
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

## 2. Uji Reabilitas Keseluruhan

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.978	44

a. X1

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.942	10

b. X2

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.932	10

c. Y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items

0.959	10	
-------	----	--

### 3. Uji Normalitas

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	3.40925081
Most Extreme Differences	Absolute	0.168
	Positive	0.133
	Negative	-0.168
Test Statistic		0.168
Asymp. Sig. (2-tailed)		.031 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)		0.331
Point Probability		0.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

c. Lilliefors Significance Correction.

#### 4. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	1769.000	15	117.933	14.694	0.000
		Linearity	1538.876	1	1538.876	191.732	0.000
		Deviation from Linearity	244.124	14	16.437	2.048	0.096
	Within Groups		112.367	14	8.026		
	Total		1881.367	29			

## 5. Uji Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0.262	3.666		0.071	0.944		
	X1	0.104	0.157	0.096	0.659	0.515	0.310	3.227

	X2	0.876	0.156	0.824	5.633	0.000	0.310	3.227
a. Dependent Variable: Y								

## 6. Uji t

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	0.262	3.666		0.071	0.944		
	X1	0.104	0.157	0.096	0.659	0.515	0.310	3.227
	X2	0.876	0.156	0.824	5.633	0.000	0.310	3.227

a. Dependent Variable: Y

## 7. Uji f

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	1544.440	2	772.150	61.851	.000 <sup>b</sup>
	Residual	337.067	27	12.484		
	Total	1881.367	29			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

#### 8. Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>											
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		df1	df2	Sig. F Change	Durbin-Watson	
				R Square Change	F Change	df1					
1	.906 <sup>a</sup>	0.821	0.808	3.533	0.821	61.851	2	27	0.000	2.435	

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

## BIODATA PENULIS



Fitri. Lahir pada tanggal 20 JUNI 2003 diparengki. Anak Bungsu (tiga) dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak P. Hamzah dan Ibu Darniati. Alamat Dusun Parengki, Desa Tasiwalie, Kecamatan Suppa, Kabupaten Pinrang. Penulis memulai Pendidikan di tingkat TK ABA Kae'e sampai lulus pada desember tahun 2008, kemudian melanjutkan Pendidikan tingkat Sekolah Dasar di SDN 202 diparengki sampai lulus pada tahun 2015 kemudian melanjutkan sekolah menengah pertama di SMP Negeri 2 Suppa sampai lulus pada tahun 2018 kemudian melanjutkan Pendidikan tingkat SMAN 4 Suppa dengan mengambil jurusan IPA sampai lulus pada tahun 2021 dan melanjutkan Pendidikan di Perguruan Tinggi Program Strata Satu (S1) di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada Program Studi Perbankan Syariah, Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman dilokasi PPL di BADAN PUSAT STATISTIK KABUPATEN SOPPENG pada tahun 2024 kemudian melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Kabupaten Polewali Mandar pada tahun 2024 dan menyelesaikan tugas akhirnya yang berjudul "**Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah di Bank BTN Syariah Kota Parepare**".