

## PERAN KEPUASAN DALAM MEMEDIASI DETERMINAN LOYALITAS NASABAH DALAM MENGUNAKAN E-BANKING PADA BANK SUMSEL BABEL SYARIAH

Julita Dwiyanti<sup>1)</sup>, Zuul Fitriani Umari<sup>2)</sup>, Aryanti<sup>3)</sup>

<sup>123</sup>Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

email: dyjulita16@gmail.com

email: zuulfitriani\_uin@radenfatah.ac.id

email: aryantifebi\_uin@radenfatah.ac.id

### Abstrak

Penelitian berjudul Pengaruh Keamanan, Pengetahuan, Dan Kenyamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk E-banking Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh keamanan, pengetahuan, dan kenyamanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan M-banking di bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang yang tercatat sebagai pengguna BSB Mobile. Sampel penelitian diambil sebanyak 100 orang dengan teknik Random Sampling menggunakan rumus Hair et al. Dalam penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan data kuesioner. Teknik analisis data menggunakan alat bantu Software SPSS 26,0. Hasil penelitian ini variabel Keamanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, Kenyamanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah, Keamanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan, Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan, Kenyamanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan, Keamanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai variabel mediasi, Pengetahuan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai variabel mediasi, Kenyamanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai variabel mediasi.

**Kata Kunci:** Keamanan, Kenyamanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah, Pengetahuan.

### Abstract

The research entitled *The Influence of Security, Knowledge, and Convenience on Customer Loyalty in Using E-banking Products at Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang Through Satisfaction as an Intervening Variable*. The purpose of this study was to analyze the effect of security, knowledge, and convenience on customer loyalty in using M-banking at the Sumsel Babel Syariah KC Palembang bank with satisfaction as the intervening variable. In this study the population used was all customers at Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang who were registered as BSB Mobile users. The research sample was taken as many as 100 people with the Random Sampling technique using the Hair et al formula. In this study a quantitative approach was used using data collection techniques by distributing questionnaire data. Data analysis techniques using SPSS 26.0 software tools. The results of this research variable Security has no effect on Customer Loyalty, Knowledge has no effect on Customer Loyalty, Convenience has an effect on Customer Loyalty, Satisfaction has an effect on Customer Loyalty, Security has no effect on Satisfaction, Knowledge has no effect on Satisfaction, Convenience has no effect on Satisfaction, Security has an effect on Customer Loyalty with Satisfaction as a mediating variable, Knowledge has an effect on Customer Loyalty with Satisfaction as a mediating variable, Convenience has an effect on Customer Loyalty with Satisfaction as a mediating variable.

**Keywords:** Security, Convenience, Satisfaction, Customer Loyalty, Knowledge

## PENDAHULUAN

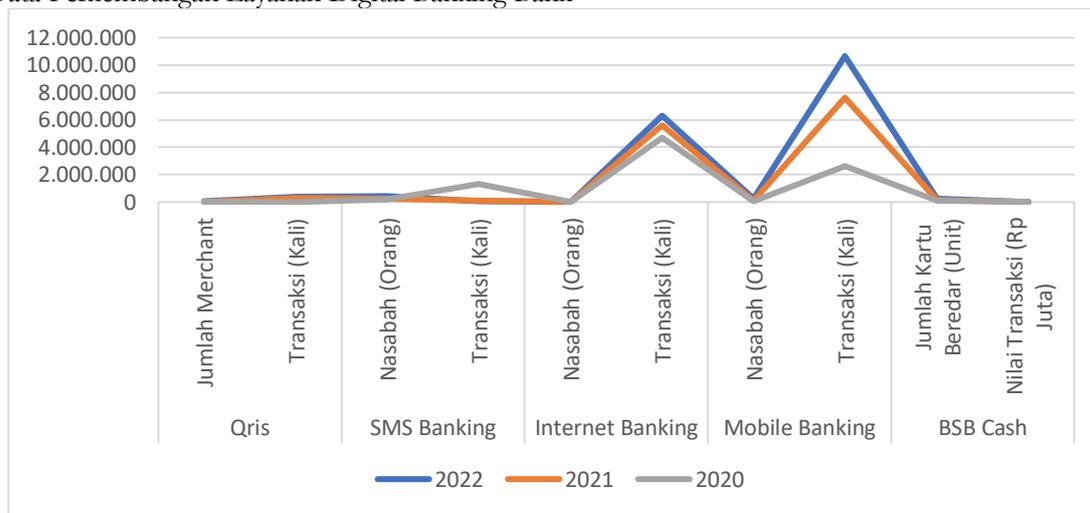
Di Indonesia, kemajuan teknologi dan informasi telah memasuki era revolusi 5.0. Persaingan antar perusahaan kian meningkat dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi dengan digantikan dari tenaga manusia ke mesin. Perbankan syariah sendiri telah memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi, termasuk penyediaan layanan *e-banking* yang dapat memudahkan transaksi bagi nasabah.

Dengan memanfaatkan teknologi dan informasi dapat memperlancar nasabah untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun dengan bertransaksi menggunakan *Electronic Banking* atau *E-Banking* sebagai kemajuan teknologi yang ada pada ini. Jenis-jenis layanan *E-Banking* pada umumnya terdiri dari ATM/Kartu

Debit, Kartu Kredit, *Tele Banking/Phone Banking*, *SMS Banking*, *Mobile Banking* dan *Internet Banking*. Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada jenis layanan *mobilebanking*.

Di Sumatera Selatan bank syariah telah banyak berdiri dan ditemukan, salah satunya yaitu Bank Sumsel Babel Syariah yang merupakan cabang syariah dari Bank Sumsel Babel. Bank Sumsel Babel telah banyak menunjukkan komitmen dengan meningkatkan kualitas dan inovasi terbaru, seperti layanan *mobile banking* yang dibuat agar para nasabah dapat lebih efisien dalam melakukan transaksinya. Berikut data perkembangan layanan digital banking Bank Sumsel Babel yang beberapa tahun terakhir telah mengalami kenaikan.

Gambar 1  
Data Perkembangan Layanan Digital Banking Bank



Sumber: banksumselbabel.com Laporan Keuangan, 2023

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa diantara produk *digital banking* Bank Sumsel Babel pertumbuhan dari produk *Mobile Banking* lah yang paling tinggi persennya. Jumlah nasabah pengguna BSB *Mobile* dan jumlah transaksinya terus bertambah setiap tahunnya yang mengindikasikan meningkatnya loyalitas nasabah dalam menggunakan BSB *Mobile*. Loyalitas merupakan perilaku yang timbul apabila nasabah mempunyai keinginan

untuk membeli atau menggunakan kembali produk yang pernah digunakan dan tidak berubah ke produk lainnya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu faktor keamanan. Keamanan yang diberikan bank akan menentukan bagaimana perilaku nasabah dalam menggunakan produknya. Bila bank telah memberikan jaminan keamanan baik data maupun saat bertransaksi maka nasabah akan merasa aman dan

loyalitasnya pun akan meningkat. Menurut (Handoko & Ronny, 2020) rasa aman yaitu ketika nasabah merasa aman menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank.

Dalam hal loyalitas dalam menggunakan teknologi, pengetahuan akan teknologi itu sendiri menjadi hal patut untuk diperhitungkan. Pengetahuan merupakan pengalaman yang dialami dari seorang individu untuk dapat melakukan suatu perubahan dalam berperilaku. Jika nasabah memiliki pengetahuan yang lebih maka dapat lebih efisien dan lebih tepat dalam mengambil keputusan.

Selain faktor keamanan dan pengetahuan, faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kenyamanan. Dalam menggunakan *M-Banking*, nasabah membutuhkan rasa nyaman agar terus menggunakan *M-Banking* dalam bertransaksi. Seseorang jika merasa nyaman dalam menggunakan suatu layanan cenderung akan terus menggunakan layanan tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di KCP Bank Syariah Sumsel Babel yang berlokasi di Jalan Letkol Iskandar No 18, 24 Ilir, Kec. Bukit Kecil, Kota Palembang, Provinsi Sumatera Selatan sebagai lokasi penelitian. Pada penelitian ini Populasi yang diteliti adalah Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah yang telah terdaftar sebagai pengguna Mobile Banking. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah di Bank Sumsel Babel Syariah KC Palembang. Teknik sampling yang digunakan adalah *Random Sampling* yang adalah teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu sendiri.

Sampel yang dipakaipada penelitian ini terdiri dari 100 responden dengan teknik pengumpulan data dengan kuesioner yang mana menggunakan skala Likert untuk setiap indikator yang dipertimbangkan. Dalam penelitian ini

peneliti menggunakan rumus Hair *et al*, berikut perhitungan yang dilakukan menggunakan rumus Hair *et al*:

Sampel = (Jumlah Indikator + Jumlah Variabel Laten) x (5 sampai 10 kali)

Sampel = (15 + 5) x 5 = 100

Dengan menggunakan rumus diatas didapat jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100.

## Teknik Analisis Data

### Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini pengujian melakukan uji dengan pendekatan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Uji *Kolmogorov-Smirnov* memiliki tiga pendekatan yang digunakan yaitu *asymptotic*, *monte carlo* dan *exact*. Menurut Ghozali (2018), variabel residual yang berdistribusi normal dilihat dari signifikansi *Monte Carlo*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan *asymptotic* untuk melakukan pengujian *Kolmogorov-Smirnov*.

#### b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dipahami sebagai pengujian untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan linier antara suatu variabel bebas (*independen*) dengan variabel bebas (*independen*) lainnya. Kesimpulan dapat dibuat dengan melihat nilai *tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*), yang dimana nilai *tolerance* harus > 0.1 dan *VIF* < 10.

#### c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi antar variabel dari rangkaian penelitian tertentu pada titik waktu tertentu. Pada penelitian ini pengujian adanya autokorelasi menggunakan metode *Durbin Watson* (DW-Test).

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji dilakukan agar mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian antara pengamatan residual dalam model regresi

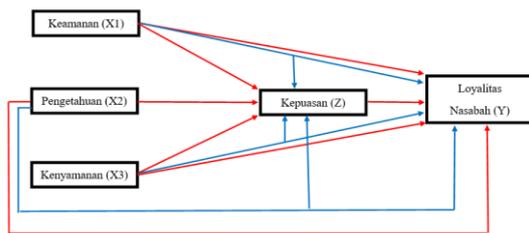
yang dibuat oleh peneliti. Model regresi yang efektif adalah model regresi yang tidak mengalami masalah atau ketidakseragaman kesalahan (heteroskedastisitas).

## 2. Analisis Jalur

Metode analisis Jalur dipergunakan dalam mempelajari pengaruh variabel Intervening. Menurut Noor (2011), analisis jalur adalah hubungan atau asosiasi yang berkaitan dengan pengaruh variabel bebas, variabel antara dan variabel terikat, dimana variabel yang bersangkutan merupakan penyebab dari variabel lain yang dapat diplot dalam bentuk diagram. Ada beberapa langkah dalam analisis jalur, yang dijelaskan sebagai berikut:

### Tahap I

Gambar 2  
Tahap 1 Diagram Jalur



### Tahap II

Menentukan persamaan struktural sebagai berikut:

$$Z \text{ (Kepuasan)} = \beta \text{Keamanan} + \beta \text{Pengetahuan} + \beta \text{Kenyamanan} + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$Y \text{ (Loyalitas Nasabah)} = \beta \text{Keamanan} + \beta \text{Pengetahuan} + \beta \text{Kenyamanan} + \beta \text{Kepuasan} + e_2 \text{ (Persamaan Struktural 2)}$$

### Tahap III

Analisis ini terdiri dari dua langkah, yaitu analisis untuk substruktural 1 dan substruktural 2.

## 3. Prosedur analisis Variabel Intervening atau Variabel Mediasi menurut Baron dan Kenny

N Dalam menganalisis variabel mediasi, Baron dan Kenny atau yang lebih dikenal dengan *strategi causal step*, harus diestimasi tiga persamaan regresi, yaitu:

- Dengan menggunakan persamaan regresi sederhana untuk variabel mediasi (Z), diharapkan variabel independen (X) memiliki variabel independen yang signifikan mempengaruhi variabel mediasi sehingga koefisien  $a \neq 0$ .
- Untuk variabel bebas (Y) persamaan regresi sederhana untuk variabel bebas (X), diharapkan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel, sehingga koefisien  $c \neq 0$ .
- Persamaan regresi berganda untuk variabel bebas (Y) terhadap variabel bebas (X) dan mediator (Z) diharapkan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sehingga koefisien  $b \neq 0$ . Mediasi terjadi ketika pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lebih kecil pada persamaan ketiga ( $c'$ ) dibandingkan pada persamaan kedua ( $c$ ).

## 4. Perhitungan Pengaruh

- Pengaruh Langsung (*Direct Effect* atau DE).
- Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE)
- Pengaruh Total (*Total Effect*)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Data

#### Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Tabel 1  
Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual 1	Unstandardized Residual 2
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	2,16031533	1,94703822
Most Extreme Differences	Absolute	,071	,038
	Positive	,071	,029
	Negative	-,031	-,038
Test Statistic		,071	,038
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Dari tabel 1 yang tercantum di atas, dapat dilihat bahwa signifikansi kedua model dari *Kolmogorov-Smirnov* melebihi 5% atau 0,05 dengan nilai 0,200. Ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

##### b. Uji Multikolinieritas

Tabel 2  
Uji Multikolinieritas

#### Tolerance dan VIF

Variabel	Persamaan 1		Persamaan 2	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
Keamanan	0,322	3,102	0,317	3,155
Pengetahuan	0,289	3,461	0,280	3,569
Kenyamanan	0,329	3,038	0,258	3,870
Kepuasan			0,345	2,902

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai *tolerance* persamaan 1 dan persamaan 2 seluruh variabel memiliki nilai *tolerance* > 0,100 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10,00 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.

##### c. Uji Autokorelasi

Pada pengujian dengan metode *Durbin-Watson* ini, jika nilai (*durbin watson*) diantara dU dan (4-dU), maka dapat dikatakan bahwa persamaan regresi tersebut tidak memiliki autokorelasi.

Tabel 3  
Uji Autokorelasi Persamaan 1

Model Summary <sup>b</sup>			
Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,645	2,194	1,899

b. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Dari tabel 3, diketahui nilai d (*Durbin Watson*) adalah 1,899. Selanjutnya, nilai d dibandingkan dengan nilai pada tabel *Durbin Watson* pada signifikansi 5% dengan rumus (K;n). Maka ditemukan nilai dL sebesar 1,6337 dan dU sebesar 1,7152. Nilai d (*Durbin Watson*) lebih besar dari batas atas (dU) yakni 1,7152 dan kurang dari (4-dU) yakni 2,2848. Jadi, berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji Durbin Watson di atas dapat diambil kesimpulan bahwa tidak memiliki masalah atau gejala autokorelasi.

Tabel 4  
Uji Autokorelasi Persamaan 2

Model Summary <sup>b</sup>			
Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,573	1,988	1,956

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Pada tabel 4, dapat dilihat nilai d (*Durbin Watson*) adalah 1,956. Selanjutnya, nilai d dibandingkan dengan nilai pada tabel *Durbin Watson* pada signifikansi 5% dengan rumus (K;n). Maka ditemukan nilai dL sebesar 1,6131 dan d U sebesar

1,7364. Nilai  $d$  (*Durbin Watson*) lebih besar dari batas atas ( $dU$ ) yakni 1,7364 dan kurang dari ( $4-dU$ ) yakni 2,2636. Jadi, berdasarkan pengambilan keputusan dalam uji Durbin Watson di atas dapat

diambil kesimpulan bahwa tidak memiliki masalah atau gejala autokorelasi.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5  
Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

			Correlations			Unstandardized Residual
			Keamanan	Pengetahuan	Kenyamanan	
Spearman's rho	Keamanan	Correlation Coefficient	1,000	,606**	,556**	-,045
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,657
		N	100	100	100	100
	Pengetahuan	Correlation Coefficient	,606**	1,000	,602**	-,061
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,550
		N	100	100	100	100
	Kenyamanan	Correlation Coefficient	,556**	,602**	1,000	-,034
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,740
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,045	-,061	-,034	1,000
		Sig. (2-tailed)	,657	,550	,740	.
		N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Pengujian heteroskedastisitas pada tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari setiap variabel lebih besar

dari 0,05. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada residual.

Tabel 6  
Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2

			Correlations				Unstandardized Residual
			Keamanan	Pengetahuan	Kenyamanan	Kepuasan	
Spearman's rho	Keamanan	Correlation Coefficient	1,000	,606**	,556**	,440**	,137
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000	,175
		N	100	100	100	100	100
	Pengetahuan	Correlation Coefficient	,606**	1,000	,602**	,498**	,113
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000	,262
		N	100	100	100	100	100

Kenyamanan	Correlation Coefficient	,556**	,602**	1,000	,607**	,126
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000	,213
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan	Correlation Coefficient	,440**	,498**	,607**	1,000	,097
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.	,337
	N	100	100	100	100	100
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,137	,113	,126	,097	1,000
	Sig. (2-tailed)	,175	,262	,213	,337	.
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: *output* yang diolah, 2023

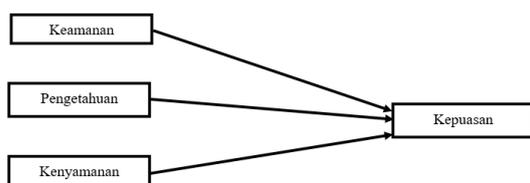
Pengujian heteroskedastisitas pada tabel menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari setiap variabel lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas pada residual.

## Analisis Jalur

### a. Analisis Substruktural 1

Gambar 3

Diagram jalur persamaan struktural 1



Tabel 7

Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,810 <sup>a</sup>	,655	,645	2,194

a. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Keamanan, Pengetahuan

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Dilihat pada tabel 7 besarnya nilai *R Square* dapat diketahui bahwa pengaruh

Keamanan, Pengetahuan, dan Kenyamanan terhadap Kepuasan sebesar 0,655 atau 65,5%. Sisanya 34,5% terdiri dari variabel lain. Dalam hal ini, nilai  $e_1$  dapat dicari dari rumus  $e_1 = \sqrt{(1 - 0,587)} = 0,587$ . Dan untuk menentukan kelayakan model regresi yang akan digunakan, disajikan pada tabel ANOVA berikut:

Tabel 8

Uji F Persamaan 1

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	878,721	3	292,907	60,860	,000 <sup>b</sup>
Residual	462,029	96	4,813		
Total	1340,750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Keamanan, Pengetahuan

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Pada tabel Anova dapat dilihat hasil perhitungan *output* dengan  $F_{hitung}$  60,860 dan  $F_{tabel}$  2,70. Artinya ada pengaruh Keamanan, Pengetahuan, dan Kenyamanan secara simultan terhadap Kepuasan pada Penggunaan BSB *Mobile*.

Tabel 9  
Uji T Persamaan 1

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6,926	2,010		3,446	,001
	Keamanan	,256	,201	,135	1,275	,205
	Pengetahuan	,225	,130	,193	1,730	,087
	Kenyamanan	,634	,124	,535	5,126	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Berdasarkan dari *output* diatas maka dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Z (\text{Kepuasan}) = 0,256 + 0,225 + 0,634 + 0,587$$

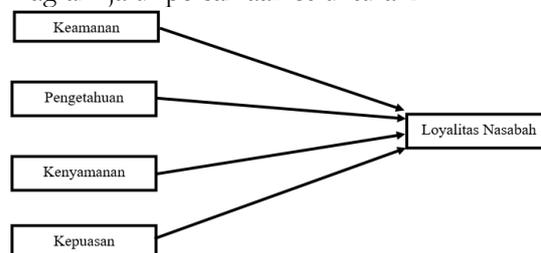
Variabel dinyatakan berpengaruh apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dan juga sebaliknya jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan signifikansi 5% atau 0,05 dan besarnya  $t_{tabel}$  yaitu 1,984, berikut pengaruh Keamanan, Pengetahuan, dan Kenyamanan terhadap Kepuasan:

1. Berdasarkan hasil *output*, dapat dilihat  $t_{hitung}$  dari Keamanan yaitu  $1,275 < t_{tabel}$  1,984. Artinya Keamanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan dengan sig  $0,205 > 0,05$ .
2. Berdasarkan *output*, diperoleh  $t_{hitung}$  dari Pengetahuan yaitu  $1,730 < t_{tabel}$  1,984. Artinya Pengetahuan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan dengan sig  $0,087 > 0,05$ .
3. Berdasarkan *output*, diperoleh  $t_{hitung}$  dari Kenyamanan yaitu  $5,126 > t_{tabel}$  1,984. Artinya Kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan dengan sig  $0,000 > 0,05$ .

## b. Analisis Substruktural 2

Gambar 4

Diagram jalur persamaan struktural 2



Tabel 10

Uji Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,768 <sup>a</sup>	,590	,573	1,988

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Keamanan, Pengetahuan, Kenyamanan

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 10 besarnya nilai R Square dapat diketahui bahwa pengaruh

Keamanan, Pengetahuan, Kenyamanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 0,590 atau 59,0%. Sisanya 41,0% terdiri dari variabel lain. Dalam hal ini, nilai  $e^2$  dapat dicari dari rumus  $e^2 = \sqrt{(1 - 0,590)} = 0,640$ . Dan untuk menentukan kelayakan model regresi yang akan digunakan, disajikan pada tabel ANOVA berikut:

Tabel 11  
Uji F Persamaan 2

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	540,695	4	135,174	34,216	,000 <sup>b</sup>

Tabel 12  
Uji T Persamaan 2

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,140	1,931		1,626	,107
	Keamanan	-,013	,183	-,008	-,068	,946
	Pengetahuan	,074	,119	,077	,618	,538
	Kenyamanan	,345	,126	,353	2,732	,008
	Kepuasan	,330	,092	,400	3,573	,001

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Berdasarkan dari *output* diatas maka dibuat persamaan sebagai berikut:

$$Y (\text{Loyalitas Nasabah}) = (-0,013) + 0,074 + 0,345 + 0,330 + 0,640$$

Variabel dinyatakan berpengaruh apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak dan juga sebaliknya jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan signifikansi 5% atau 0,05 dan besarnya  $t_{tabel}$  yaitu 1,985, berikut pengaruh Keamanan, Pengetahuan, Kenyamanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah:

1. Berdasarkan hasil *output*, diperoleh  $t_{hitung}$  dari Keamanan yaitu sebesar -

Residual	375,305	95	3,951		
Total	916,000	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Keamanan, Pengetahuan, Kenyamanan

Sumber: *output* yang diolah, 2023

Pada tabel Anova dapat dilihat hasil perhitungan *output* dengan  $F_{hitung}$  34,216 dan  $F_{tabel}$  2,47. Artinya ada pengaruh Keamanan, Pengetahuan, Kenyamanan, Kepuasan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah pada Penggunaan BSB *Mobile*.

$0,068 < t_{tabel}$  1,985. Artinya Keamanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah dengan  $sig 0,946 > 0,05$ .

2. Berdasarkan *output*, diperoleh  $t_{hitung}$  dari Pengetahuan yaitu sebesar  $0,618 < t_{tabel}$  1,985. Artinya Pengetahuan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah dengan  $sig 0,538 > 0,05$ .

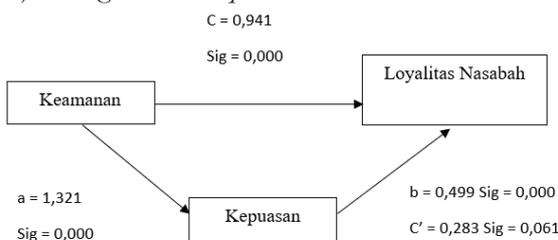
3. Berdasarkan *output*, diperoleh  $t_{hitung}$  dari Kenyamanan yaitu sebesar  $2,732 > t_{tabel}$  1,985. Artinya Kenyamanan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah dengan  $sig 0,008 > 0,05$ .

- Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh  $t_{hitung}$  dari Kepuasan yaitu sebesar  $3,573 > t_{tabel}$  1, 985. Artinya Kepuasan memiliki pengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah dengan sig 0,001 < 0,05.

### Pengujian Variabel Mediasi

#### a. Strategi Causal Step (Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan)

Gambar 5  
Uji Strategi Causal Step Variabel Keamanan



Sumber: *output* yang diolah, 2023

$$Y \text{ (Loyalitas Nasabah)} = \beta \text{Keamanan} + \beta \text{Kepuasan} + e$$

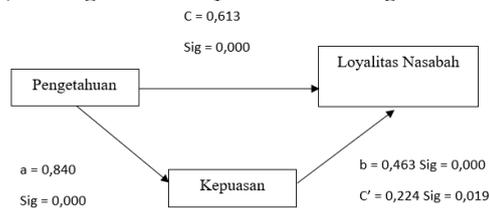
Tiga persamaan regresi sederhana yang harus diestimasi dalam strategi causal step antara lain:

- Dengan menggunakan persamaan regresi sederhana Kepuasan pada Keamanan, dihasilkan nilai sig 0,000 < 0,05 dan koefisien regresi (a) = 1,321 hal tersebut menjadi bukti bahwa Keamanan signifikan terhadap Kepuasan.
- Dengan menggunakan persamaan regresi sederhana Loyalitas Nasabah pada Kepuasan, dihasilkan nilai sig 0,000 < 0,05 dan koefisien regresi (b) = 0,499 hal tersebut menjadi bukti bahwa Kepuasan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.
- Dengan menggunakan persamaan regresi berganda Loyalitas Nasabah

pada Keamanan, ditemukan bukti bahwa Kepuasan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah setelah mengontrol Keamanan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi (b) = 0,499. Selanjutnya ditemukan *direct effect* c sebesar  $0,283 < 0,941$ . Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan signifikansi  $0,061 > 0,05$  setelah mengontrol Kepuasan. Dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk kedalam *Full Mediation*, artinya Keamanan tidak mampu mempengaruhi Loyalitas Nasabah secara signifikan selain melalui Kepuasan.

#### b. Strategi Causal Step (Pengaruh Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan)

Gambar 6  
Uji Strategi Causal Step Variabel Pengetahuan



$$Y \text{ (Loyalitas Nasabah)} = \beta \text{Pengetahuan} + \beta \text{Kepuasan} + e$$

Tiga persamaan regresi sederhana yang harus diestimasi dalam strategi causal step antara lain:

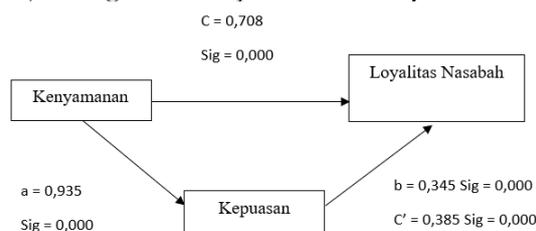
- Dengan menggunakan persamaan regresi sederhana Kepuasan pada Pengetahuan, dihasilkan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi (a) = 0,840 hal tersebut menjadi bukti bahwa Pengetahuan signifikan terhadap Kepuasan.
- Dengan menggunakan persamaan regresi sederhana Loyalitas Nasabah pada Pengetahuan, dihasilkan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi (c) =

0,613 hal tersebut menjadi bukti bahwa Pengetahuan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

3. Dengan menggunakan persamaan regresi berganda Loyalitas Nasabah pada Pengetahuan, ditemukan bukti bahwa Kepuasan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah setelah mengontrol Pengetahuan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi (b) = 0,463. Selanjutnya ditemukan *direct effect* c sebesar  $0,224 < 0,613$ . Pengaruh Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah dengan signifikansi  $0,019 > 0,05$  setelah mengontrol Kepuasan. Dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk kedalam *Partial Mediation*, artinya Pengetahuan mampu mempengaruhi Loyalitas Nasabah secara signifikan melalui Kepuasan atau tidak.

**c. Strategi Causal Step (Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah yang dimediasi oleh Kepuasan)**

Gambar 7  
Uji Strategi Causal Step Variabel Kenyamanan



$$Y (\text{Loyalitas Nasabah}) = \beta \text{Kenyamanan} + \beta \text{Kepuasan} + e$$

Tiga persamaan regresi sederhana yang harus diestimasi dalam strategi causal step antara lain:

1. Dengan menggunakan persamaan regresi sederhana Kepuasan pada Pengetahuan, dihasilkan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi (a) = 0,935 hal tersebut menjadi bukti

bahwa Pengetahuan signifikan terhadap Kepuasan.

2. Dengan menggunakan persamaan regresi sederhana Loyalitas Nasabah pada Pengetahuan, dihasilkan nilai sig  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi (c) = 0,708 hal tersebut menjadi bukti bahwa Pengetahuan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.
3. Dengan menggunakan persamaan regresi berganda Loyalitas Nasabah pada Kenyamanan, ditemukan bukti bahwa Kepuasan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah setelah mengontrol Kenyamanan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan koefisien regresi (b) = 0,345. Selanjutnya ditemukan *direct effect* c sebesar  $0,385 < 0,708$ . Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan signifikansi  $0,000 > 0,05$  setelah mengontrol Kepuasan. Dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk kedalam *partial mediation* hubungan Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah, artinya Kenyamanan mampu mempengaruhi Loyalitas Nasabah secara signifikan melalui Kepuasan atau tidak.

**Perhitungan Pengaruh**

**a. Pengaruh Langsung (Direct Effect atau DE).**

- 1) Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah

$$X1 \rightarrow Y = -0,008$$

Pengaruh langsung antara Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar -0,008

- 2) Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah

$$X2 \rightarrow Y = 0,077$$

Pengaruh langsung antara Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar 0,077

- 3) Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah

$$X3 \rightarrow Y = 0,353$$

Pengaruh langsung antara Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar 0,353

4) Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah

$$Z \rightarrow Y = 0,400$$

Pengaruh langsung antara Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar 0,400

5) Keamanan terhadap Kepuasan

$$X1 \rightarrow Z = 0,135$$

Pengaruh langsung antara Keamanan terhadap Kepuasan adalah sebesar 0,135

6) Pengetahuan terhadap Kepuasan

$$X2 \rightarrow Z = 0,193$$

Pengaruh langsung antara Pengetahuan terhadap Kepuasan adalah sebesar 0,193

7) Kenyamanan terhadap Kepuasan

$$X3 \rightarrow Z = 0,535$$

Pengaruh langsung antara Kenyamanan terhadap Kepuasan adalah sebesar 0,535

#### **b. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect* atau IE)**

1) Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,135 \times 0,400) = 0,054$$

Pengaruh tidak langsung antara Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan adalah sebesar 0,054

2) Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan

$$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,193 \times 0,400) = 0,0772$$

Pengaruh tidak langsung antara Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan adalah sebesar 0,0772

3) Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan

$$X3 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,535 \times 0,400) = 0,214$$

Pengaruh tidak langsung antara Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan adalah sebesar 0,214

#### **c. Pengaruh Total (*Total Effect*)**

1. Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan

$$X1 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,135 + 0,400) = 0,535$$

Jadi total pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan adalah sebesar 0,535

2. Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan

$$X2 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,193 + 0,400) = 0,593$$

Jadi total pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan adalah sebesar 0,593

3. Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan

$$X3 \rightarrow Z \rightarrow Y = (0,535 + 0,400) = 0,935$$

Jadi total pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan adalah sebesar 0,935.

### **Pembahasan**

#### **Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan BSB *Mobile***

Keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dikarenakan bahwa nasabah tidak lagi melihat sisi keamanan bagi setiap aplikasi, di mana keamanan menjadi suatu faktor yang wajib dimiliki bila suatu bank menyediakan aplikasi *mobile banking*. Bentuk keamanan yang dimiliki oleh BSB *Mobile* juga merupakan bentuk keamanan yang sewajarnya dan sama dengan aplikasi pesaing, sehingga keamanan tidak memberikan pengaruh bagi loyalitas nasabah BSB *Mobile* itu sendiri.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Dewi Kusuma Wardan dan Azka Redo Fahlefi (2022) yang menyatakan bahwa Keamanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan Riezky Maulida Putri Utami (2022) dan juga penelitian yang dilakukan Layre Putri Yolanda (2020) yang menyatakan Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

### **Pengaruh Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB Mobile**

Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dikarenakan pengaruh pengetahuan nasabah ini lebih disebabkan pengenalan merek dimana nasabah menganggap bahwa semua aplikasi mobile banking adalah sama, yaitu sama-sama dapat melakukan transaksi tanpa datang ke lokasi bank. Pengetahuan nasabah ini baru sebatas dapat melakukan transaksi non tunai sedangkan pengenalan merek masih rendah. Implikasi yang dapat dilakukan oleh suatu bank syariah dalam meningkatkan pengetahuan tentang mobile banking adalah dengan memperluas lagi informasi yang diberikan pada masyarakat mengenai mobile banking. Dengan begitu, diharapkan pengetahuan nasabah mengenai mobile banking dapat meningkat dan mendalam lebih lagi.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Diah Islamiati (2021) dan Insan Kamil (2020) menunjukkan bahwa Pengetahuan berpengaruh secara positif terhadap Loyalitas Nasabah. Dan selaras dengan penelitian yang dilakukan Mutammam (2019) yang menyatakan bahwa Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

### **Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB Mobile**

Kenyamanan dapat berpengaruh karena dalam suatu pelayanan yang diperoleh dari pihak bank wajib memberi kenyamanan untuk nasabah mereka, produk yang dapat memberi pengaruh positif. Hal tersebut dapat memberi manfaat dengan terciptanya loyalitas nasabah dan dapat menciptakan image positif untuk perusahaan. Hasil penelitian

ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tira Arum Maulidyasuti (2021) yang menunjukkan bahwa Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan Adenekan (2021) yang menyatakan Kenyamanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

### **Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Menggunakan BSB Mobile**

Keamanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan hal ini juga dikarenakan nasabah tidak terlalu memperhatikan sisi keamanan yang dimiliki oleh aplikasi, nasabah menyakini bahwa keamanan menjadi hal yang harus ada dan dimiliki oleh produk perbankan *mobile banking*. Dan juga keamanan pada aplikasi BSB Mobile merupakan keamanan yang telah umum dimiliki oleh aplikasi-aplikasi mobile banking lainnya, sehingga keamanan tidak memberikan pengaruh bagi kepuasan nasabah BSB Mobile. Oleh karena itu, Bank Sumsel Babel perlu menyediakan sistem kualitas yang memenuhi standar kualitas yang tinggi untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ramadayani, dkk (2022) yang menyatakan Keamanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan. Namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan Wahyu Jalil Saputro (2020) dan Cindy Dwi Fatikasari (2018) yang menyatakan Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan.

### **Pengaruh Pengetahuan terhadap Kepuasan Menggunakan BSB Mobile**

Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dikarenakan pengaruh pengetahuan

nasabah ini dikarenakan nasabah menganggap bahwa semua aplikasi mobile banking adalah sama, yaitu sama-sama dapat melakukan transaksi tanpa datang ke lokasi bank. Pengetahuan nasabah ini baru sebatas dapat melakukan transaksi non tunai sedangkan pengenalan merek masih rendah. Oleh karena itu, pihak bank harus memberikan pelatihan atau dukungan bagi pengguna agar dapat belajar dan memahami cara menggunakan teknologi dan meningkatkan pengetahuan mereka tentang fitur dan cara kerja sistem dari BSB *Mobile*. Selain itu, dukungan teknis dapat membantu pengguna dalam mengatasi masalah pengguna yang terkait penggunaan teknologi sehingga rasa puas terhadap penggunaan BSB *Mobile*.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tahara Masyita (2022) yang menunjukkan bahwa Pengetahuan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan. Namun, bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan Pangastuti, dkk (2023) yang menyatakan Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan.

#### **Pengaruh Kenyamanan terhadap Kepuasan Menggunakan BSB *Mobile***

Hasil ini dikarenakan nasabah yang dapat mengakses BSB *Mobile* kapanpun dan dimanapun, nasabah tidak perlu mengantri untuk bertransaksi, dapat menghemat waktu dan biaya administrasi yang murah. Apabila dimensi diatas dapat dipertahankan dan ditingkatkan, maka nasabah akan merasa puas terhadap sistem pelayanan yang diberikan oleh bank. Kepuasan memicu persepsi baik nasabah terhadap bank, sehingga tujuan perusahaan serta kepuasan nasabah dapat terpenuhi. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Nila Erina (2021) yang menunjukkan bahwa

Kenyamanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

#### **Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB *Mobile***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hal yang mendorong loyalitas nasabah dalam menggunakan BSB *Mobile* adalah rasa puas dirasakan pada saat menggunakan produk tersebut dan menjadikannya penilaian tersendiri. Loyalitas Nasabah menggunakan BSB *Mobile* timbul dari adanya rasa puas pada saat penggunaan sehingga loyalitas muncul sebagai *feedback* dari rasa puas tersebut. Ketika pengguna merasa puas dalam menggunakan BSB *Mobile*, maka Loyalitas Nasabah akan meningkat dan bahkan akan merekomendasikan kepada orang lain. Sebaliknya, jika pengguna merasa tidak puas dalam menggunakan BSB *Mobile*, maka pengguna akan merasa tidak mempercayai dan tidak menggunakannya lagi terhadap layanan tersebut. Hasil ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Arry Dwi Handoko dan Ronny (2020) dan Yulia Widi Astuti, dkk (2020) yang menunjukkan bahwa Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

#### **Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel Intervening**

Variabel Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel intervening. Keamanan merupakan salah satu isu yang selalu diperhatikan oleh konsumen. Sehingga ketika nasabah mulai merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka mereka juga

menumbuhkan loyalitas dalam menggunakan produk bank tersebut.

### **Pengaruh Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel Intervening**

Variabel Pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel intervening. Pengetahuan akan suatu produk menjadi hal penting dalam menggunakan suatu produk. Ketika nasabah banyak mengetahui mengenai BSB *Mobile* maka nasabah akan merasa mudah dan puas dalam menggunakannya, sehingga akan meningkatkan loyalitasnya dalam menggunakan BSB *Mobile*.

### **Pengaruh Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel Intervening**

Variabel Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel intervening. Kenyamanan nasabah menjadi hal yang penting bagi pihak bank. Bank selalu memberikan pelayanan yang baik agar nasabah nyaman dan loyal kepada mereka. Hal ini juga sama dengan penggunaan aplikasi BSB *Mobile*, pihak bank selalu memberikan inovasi-inovasi terbaru agar nasabah nyaman dan puas terhadap produk mereka. Sehingga ketika nasabah merasakan rasa nyaman dan puas saat penggunaan BSB *Mobile*, maka akan meningkatkan loyalitas mereka.

### **KESIMPULAN**

1. Keamanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini artinya jika Keamanan mengalami peningkatan

ataupun penurunan maka tidak akan mempengaruhi Loyalitas Nasabah penggunaan BSB *Mobile*.

2. Pengetahuan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini artinya jika Pengetahuan mengalami peningkatan ataupun penurunan maka tidak akan mempengaruhi Loyalitas Nasabah penggunaan BSB *Mobile*.
3. Kenyamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini artinya jika Kenyamanan mengalami peningkatan ataupun penurunan maka akan mempengaruhi Loyalitas Nasabah penggunaan BSB *Mobile*.
4. Keamanan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan menggunakan BSB *Mobile*. Hal ini artinya jika Keamanan mengalami peningkatan ataupun penurunan maka tidak akan mempengaruhi Kepuasan penggunaan BSB *Mobile*.
5. Pengetahuan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan menggunakan BSB *Mobile*. Hal ini artinya jika Pengetahuan mengalami peningkatan ataupun penurunan maka tidak akan mempengaruhi Kepuasan penggunaan BSB *Mobile*.
6. Kenyamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan menggunakan BSB *Mobile*. Hal ini artinya jika Kenyamanan mengalami peningkatan ataupun penurunan maka akan mempengaruhi Kepuasan penggunaan BSB *Mobile*.
7. Kepuasan berpengaruh terhadap secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini artinya jika Kepuasan mengalami peningkatan ataupun penurunan maka akan mempengaruhi Loyalitas Nasabah penggunaan BSB *Mobile*.

8. Keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi. Artinya variabel Kepuasan dapat memediasi pengaruh variabel Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah.
9. Pengetahuan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi. Artinya variabel Kepuasan dapat memediasi pengaruh variabel Pengetahuan terhadap Loyalitas Nasabah.
10. Kenyamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah menggunakan BSB *Mobile* melalui Kepuasan sebagai variabel mediasi. Artinya variabel Kepuasan dapat memediasi pengaruh variabel Kenyamanan terhadap Loyalitas Nasabah.

#### Saran

1. Bagi nasabah, dalam menggunakan BSB *Mobile* ataupun *mobile banking* lainnya supaya lebih teliti untuk meminimalisir risiko kesalahan yang terjadi yang dapat merugikan pihak nasabah. Salah satunya, yaitu dengan hati-hati saat login aplikasi ataupun saat melakukan aktivitas perbankan yang memerlukan kata sandi pastikan tidak ada pihak ketiga agar tidak terjadi kebocoran data.
2. Bagi pihak bank, untuk selalu meningkatkan dan mempertahankan performa dari aplikasi BSB *Mobile* agar nasabah dapat terus menggunakannya salah satunya yaitu dengan memberikan pengetahuan terhadap produk BSB *Mobile* dan selain itu, fitur-fitur yang dibutuhkan pelanggan terus diperbarui untuk

memudahkan pelanggan dalam mendukung operasionalnya.

3. Bagi peneliti selanjutnya, dapat melanjutkan penelitian ini lebih lanjut dengan menambahkan variabel independen yang mempengaruhi minat milenial pada penggunaan *mobile banking*. Karena dengan demikian akan dapat hasil yang memperkuat penelitian tersebut.

#### REFERENCES

##### A. Book

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro. *Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 490.

Manurung, Ratlan. (2014). "Analisis Jalur Path Analysis, Teori dan Aplikasi dalam Riset Bisnis". (Jakarta: Rineka Citra).

Muhammad Zakiy, S. E. I. (2021). *SPSS Penelitian Keperilakuan: Teori dan Praktik*. Prenada Media.

Noor, Juliansyah. (2011). "Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertai dan Karya Ilmiah". (Jakarta: Kencana Prenada Media group).

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

Thoifah, I. (2015). *Statistika pendidikan dan metode penelitian kuantitatif*. Malang: Madani.

##### B. Journal

ADENEKAN, T. A. (2021). E-service convenience and consumer

- loyalty among customers of Jumia in Nigeria. *Glob Sci J*, 1.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134-158.
- Baron, R. M and Kenny, D. A. "The Moderator-Mediator Variable Distinction In Social Psychological Research: Conceptual Strategic and Statistical Considerations." *Journal of Personality and Social Psychologi*. Vol. 51, No. 6, 1173-1182. Americal Pshcological Association, Inc. 1986.
- Fatikasari, C. D. (2018). Pengaruh persepsi keamanan, persepsi privacy, dan brand awareness terhadap kepercayaan konsumen online dengan kepuasan sebagai variabel mediasi (studi pada pengguna media sosial instagram di yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(2), 136-147.
- Handoko, A. D., & Ronny, R. (2020). PengaruhFaktorKeamanan, KeandalanDan KepuasanTerhadapLoyalitasNasabah BRI DalamMenggunakanMobileBanking. *Image: Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 79-91.
- Mutammam, M., Sumarwan, U., & Tinaprilla, N. (2019). Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen (JABM)*, 5(2), 231-231.
- Pangastuti, C. C., & Tjahjaningsih, E. (2023). Pengaruh e-WoM dan Pengetahuan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Terhadap Pelanggan Produk Scarlett (Studi Pada Pelanggan Scarlett di Kota Pati). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(3), 2386-2393.
- Pranoto, M. O., & Setianegara, R. G. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking (Studi Kasus pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Semarang Pandanaran). *Keunis*, 8(1), 1-9.
- Ramadayani, F., Chamidah, S., & Wahyuningsih, D. W. (2022). Pengaruh Complete Features, Kemudahan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pengguna Zoom Meeting Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo. *Bussman Journal: Indonesian Journal Of Business And Management*, 2(3), 633-647.

- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management science*, 46(2), 186-204.
- Winata, V. P., & Dewi, S. (2018). Analisis Kemudahan Penggunaan, Efisiensi Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan Bsm Mobile Banking Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Payakumbuh. *Ekonomika Syariah: Journal Of Economic*, 4(2).
- C. Tesis atau Disertasi**
- Erina, N. (2021). Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Nganjuk (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Islamiati, Diah I. D. (2021). *Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Bank Muamalat Palopo)* (Doctoral dissertation, INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO).
- Kamil, I. (2020). Analisis Pengaruh Pengetahuan dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Gerbang Pembayaran Nasional (GPN) Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pada BNI Syariah di Tangerang Selatan (Bachelor's thesis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta).
- Masyita, T. (2023). *Pengaruh Pengetahuan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Etnis Tionghoa Pada Bank Syariah Kota Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry Banda Aceh).
- Maulidyastuti, T. A. (2021). Pengaruh Electronic Word of Mouth, Religiusitas, dan Kenyamanan terhadap Loyalitas Warga IAIN Salatiga yang menjadi Nasabah Bank Syariah dengan Nilai Nasabah sebagai Variabel Intervening.
- Saputro, W. J. (2020). *Pengaruh Faktor Kemudahan Dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada BRI Syariah KCP Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Utami, R. M. P. (2023). *Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Mandiri Cabang YKPN)* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Yolanda, L. P. (2020). *Pengaruh Keandalan, Desain WEB, Privasi dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Online yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Secara Online: Survey Pada Pengguna I-Banking BRI Di Daerah Istimewa*

*Yogyakarta* (Doctoral  
dissertation, UPN" Veteran"  
Yogyakarta)

**D. Website**

<https://www.banksumselbabel.com/>, dia  
kses pada tanggal 27 Februari  
2023.