

17_April_-_Hepi.pdf

by Pustaka Publisher

Submission date: 18-Apr-2025 09:46AM (UTC-0500)

Submission ID: 2649904811

File name: 17_April_-_Hepi.pdf (542.26K)

Word count: 6088

Character count: 37740



Pengaruh *Service Quality*, *Trust*, dan *Costumer Satisfactions* Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih

Hepi Agustini

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

M.Iqbal

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Safitri Asrol

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Alamat: Kampus

Korespondensi penulis: hepiagustini86@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on customer loyalty among users of BSI Mobile at Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih. The research employs a quantitative method with a positivist approach. The population consists of all BSI Mobile users at KC Prabumulih, with a sample size of 100 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires that were tested for validity and reliability, then analyzed quantitatively using multiple linear regression and classical assumption tests such as normality, multicollinearity, heteroscedasticity, and linearity with the assistance of SPSS version 23. The results indicate that partially Trust and Customer Satisfaction have a significant positive effect on customer loyalty ($t\text{-value} > t\text{-table}$; significance < 0.05), while Service Quality does not have a significant effect. Simultaneously, these three variables significantly influence customer loyalty ($F\text{-value} > F\text{-table}$; significance < 0.05) with a coefficient of determination (R^2) of 67.7%, indicating that the independent variables explain this percentage of variation in loyalty. The study concludes that enhancing trust and customer satisfaction is crucial for building customer loyalty in BSI's mobile banking services. It is recommended that future research expand the scope to include mobile banking products from other banks to obtain more comprehensive results.*

Keywords: *BSI Mobile, Customer Satisfactions, Loyalty, Service Quality, Trust*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Service Quality, Trust, dan Customer Satisfaction terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan positivisme. Populasi penelitian adalah seluruh nasabah pengguna BSI Mobile di KC Prabumulih, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan regresi

Received April 17, 2025; Revised April 18, 2025; Accepted April 18, 2025

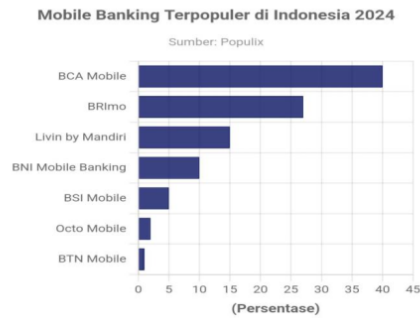
*Heli Agustini, hepiagustini86@gmail.com

linear berganda serta uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan linieritas dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Trust dan Customer Satisfaction berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah (nilai t hitung $>$ t tabel; signifikansi $<$ 0,05), sedangkan Service Quality tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas (nilai F hitung $>$ F tabel; signifikansi $<$ 0,05) dengan koefisien determinasi sebesar 67,7%, yang berarti variabel independen mampu menjelaskan variasi loyalitas sebesar itu. Kesimpulan penelitian menegaskan pentingnya peningkatan kepercayaan dan kepuasan pelanggan dalam membangun loyalitas nasabah pada layanan mobile banking BSI. Disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas objek studi ke produk mobile banking dari bank lain untuk hasil yang lebih komprehensif.

Kata kunci: BSI Mobile, *Costumer Satisfactions*, Loyalitas, *Service Quality*, *Trust*.

LATAR BELAKANG

Perbankan merupakan sektor usaha jasa yang berfokus pada penyediaan layanan keuangan, pengelolaan dana, serta penguatan kepercayaan masyarakat dalam menyimpan dananya pada lembaga keuangan tersebut. Fungsi utama perbankan adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali melalui pemberian fasilitas kredit atau pinjaman. Dalam konteks ini, keberadaan nasabah menjadi faktor krusial yang harus diperhatikan, sebab pertimbangan mereka tidak semata-mata didasarkan pada tingkat suku bunga, kecanggihan teknologi, atau kelengkapan fitur layanan. Sebaliknya, nasabah cenderung menilai berdasarkan manfaat yang mereka peroleh dari produk atau layanan yang ditawarkan. Salah satu bentuk inovasi layanan perbankan adalah *mobile banking*, yaitu sistem layanan berbasis digital yang bertujuan untuk mempermudah transaksi keuangan bagi nasabah maupun pihak bank. Kehadiran *mobile banking* memberikan nilai tambah signifikan, karena memungkinkan nasabah untuk mengakses layanan dan melakukan transaksi secara fleksibel, tanpa batasan waktu dan lokasi.



Gambar 1. Mobile Banking Terpopuler Di Indonesia 2024

Sumber : data.goodd.stats.id

Menurut survei menunjukkan bahwa BCA Mobile menjadi aplikasi *mobile banking* yang paling diminati responden Indonesia, yakni 40% dari 1.832 orang. Urutan kedua ditempati oleh BRImo dari BRI yang dipilih 27% responden. Ketiga, Livin' by Mandiri yang diminati 15% responden. Selanjutnya ada BNI Mobile Banking yang dipilih 10% responden. Sementara BSI Mobile menyusul di bawahnya dengan proporsi 5% responden Terakhir ada Octo Mobile dari CIMB Niaga yang dipilih 2% responden dan BTN Mobile sebesar 1% responden. Survei ini melibatkan 1.832 responden yang digelar secara *online* melalui PopPoll pada tahun 2024. Meskipun masih lebih banyak yang menggunakan mobile banking dari bank konvensional tidak menutup kemungkinan bahwa sudah banyak juga yang menggunakan mobile banking syariah, perihal tersebut bisa terlihat dari hasil survei yang saya lakukan terhadap beberapa nasabah di kota prabumulih. Dan tentunya layanan mobile banking syariah pada mahasiswa menjadi sangat penting, pada penelitian ini nasabah di prabumulih menjadi lokasi penelitian yang dirasa efektif.

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan salah satu institusi keuangan syariah terbesar di Indonesia yang memainkan peranan strategis dalam mendorong perkembangan industri keuangan berbasis prinsip-prinsip syariah. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi nasional dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, penelitian ini bertujuan untuk

menganalisis sejauh mana BSI mampu memperkuat struktur asetnya serta mengevaluasi efektivitas visi dan misi perusahaan dalam mencapai target bisnis yang telah ditetapkan. Menurut Presiden Direktur BSI, Hery Gunardi, BSI Mobile merupakan aplikasi digital multifungsi yang dirancang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan transaksi perbankan, tetapi juga terintegrasi dengan aktivitas harian nasabah. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur, seperti pembukaan rekening secara daring, kemudahan transaksi melalui layanan transfer, belanja daring, pembayaran menggunakan QRIS, pengisian pulsa, pembelian token listrik, pengisian saldo dompet digital, hingga pembayaran biaya pendidikan. Seluruh layanan ini dihadirkan untuk meningkatkan kenyamanan dan efisiensi dalam aktivitas finansial nasabah.

Tabel 1. Data Jumlah Pengguna BSI Mobile Se-Indonesia Tahun 2021-2024

Tahun	Jumlah Pengguna
2021	2,7 Juta Pengguna
2022	3,77 Juta Pengguna
2023	6,3 Juta Pengguna
2024	7,1 Juta Pengguna

Sumber : PT Bank Syariah Indonesia (Hery Gunardi)

Di lihat dari tabel diatas pengguna BSI Mobile seindonesia mengalami peningkatan dari tahun 2021 dengan jumlah pengguna sebanyak 2,7 juta pengguna. Pada tahun 2022 meningkat dengan jumlah pengguna sebanyak 3,77 juta pengguna. Pada tahun 2023 meningkat dengan jumlah pengguna sebanyak 6,3 juta pengguna. Sedangkan pada tahun 2024 meningkat lagi dengan jumlah pengguna sebanyak 7,1 juta pengguna.

Tabel 2. Data Jumlah Pengguna BSI Mobile KC Prabumulih Tahun 2021-2024

Tahun	Jumlah Pengguna
2021	1.980 Pengguna
2022	3.240 Pengguna
2023	4.520 Pengguna

2024

9.000 pengguna

Sumber: BSI KC Prabumulih

Di lihat dari tabel tersebut pengguna BSI Mobile mengalami peningkatan, pada tahun 2021 jumlah transaksi digital meleset 1980 pengguna. Pada tahun 2022 BSI Mobile mengalami peningkatan, yaitu 3240 pengguna. Sedangkan pada tahun 2023 transaksi digital diproyeksikan naik menjadi 4520 pengguna.

Pada Maret 2024, layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia (BSI) mengalami gangguan yang berdampak pada ketidakmampuan sistem dalam memproses sejumlah transaksi. Sejumlah pengguna melaporkan kegagalan dalam melakukan pengisian saldo *e-wallet*, pembayaran transaksi pembelian, serta munculnya notifikasi bertuliskan "permintaan tidak dapat diproses". Gangguan ini menjadi perhatian serius, terutama karena bertepatan dengan periode penerimaan penghasilan bulanan, yang mengakibatkan dana nasabah tidak dapat langsung digunakan. Berdasarkan pantauan di media sosial, seperti platform Twitter (X), terdapat keluhan dari pengguna yang bahkan telah mengunjungi kantor cabang BSI terdekat, namun tetap tidak dapat menyelesaikan transaksi. Sementara beberapa nasabah hanya mengalami gangguan dalam waktu singkat, terdapat pula yang melaporkan gangguan berlangsung hingga siang hari pada Minggu, 24 Maret 2024.

Dari laman aplikasi BSI Mobile, Menurut Ridho Ihsani pada tanggal 23 Maret 2024 Menyatakan udah lama pakai BSI. Baru akhir-akhir ini banyak masalah, udah di update masih ada tulisan waktu habis, giliran bisa masuk ke beranda, fiturnya ga bisa di pencet, giliran bisa di pencet ga bisa transfer loading super lama dan keluar sendiri dari aplikasi pas di ulang bukak kayak awal lagi waktu habis. Tolong lah lagi buru-buru mau transfer malah jadi gini. Dan Menurut Fitri Suryani Sihombing pada tanggal 04 April 2024 Menyatakan bahwa aplikasi sering eror, setiap masuk aplikasi sering permintaan kehabisan waktu, padahal sudah di update. Aplikasinya makin lama makin gak bagus. Hanya bisa melakukan satu transaksi setelah itu langsung permintaan kehabisan waktu, pada saat instal ulang muat data pas verifikasi menggunakan wajah kamera nya gak kebuka Hitam aja layarnya.

Pihak Bank Syariah Indonesia lantas menjelaskan bahwa memang benar telah diberlakukan peningkatan kualitas layanan. *Service Quality* (kualitas layanan adalah memegang peranan yang penting pada nasabah, karena Ketika bank syariah tidak bisa memberikan layanan elektronik dengan efektif, maka nasabah akan mengakhiri kerja sama dengan bank. Bahkan melansir laman Twitter (X) salah seorang pengguna juga menyatakan sudah datang ke Bank BSI terdekat namun tetap tidak bisa memproses transaksi. Karena itu Bank Syariah Indonesia perlu mengambil tindakan untuk mengambil kepercayaan masyarakat terkait keamanan dan kualitas layanan nasabah agar tidak ada penarikan uang secara massal. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan, kepuasan dan loyalitas nasabah menjadi salah satu hal penting yang harus dipulihkan oleh Bank Syariah Indonesia. Pengguna aplikasi mobile banking Bank Syariah Indonesia juga mengeluhkan gangguan yang menghambat transaksi. Keluhan ini juga menjadi topik hangat di media sosial dimana masyarakat mengungkapkan frustrasi mereka atas gagalnya melakukan transaksi dan pengecekan saldo melalui aplikasi.

25
Tingkat kualitas kepercayaan, kepuasan nasabah terhadap penggunaan mobile banking juga menyebabkan nasabah khawatir data pribadi diketahui orang lain atau uang yang dimiliki hilang. Tidak menutup kemungkinan banyak terjadi kejahatan di dunia cyber. Kualitas layanan, Kepercayaan, dan kepuasan nasabah terhadap bank merupakan faktor yang sangat penting dalam industri perbankan, sehingga kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap suatu bank merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Jika kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap bank maka bank akan mampu mengumpulkan uang sebanyak-banyaknya dari nasabah dan nasabah akan selalu tetap loyal kepada bank.

Membangun loyalitas bukanlah hal yang mudah dicapai oleh Perusahaan. perlu diperhatikan faktor-faktor yang membentuk loyalitas itu sendiri. Berdasarkan Pembentukan *loyalitas* dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan elektronik atau *Service Quality*. *Service Quality* merupakan evaluasi menyeluruh oleh pengguna pada aspek kualitas dan juga kelebihan dari layanan elektronik yang ditawarkan di pasar online. *Service Quality* dikembangkan bertujuan untuk memberikan penilaian terhadap pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. *Service Quality* memperlihatkan bagaimana layanan perbankan internet tertentu bisa melayani dan mewadahi transaksi

online agar berjalan efektif sekaligus efisien , terdapat bahwa kunci keberhasilan untuk bertahan di Tengah persaingan industry harus memberikan pengalaman *Service Quality* yang mengesankan kepada pelangganya sehingga mereka akan setia kepada Perusahaan. Hal senada juga disebutkan bahwa *Service Quality* atau kualitas layanan yang diberikan Perusahaan memengaruhi kepuasan yang dirasakan pelanggan. Bank yang lebih memperhatikan kualitas layanan yang diberikan mampu menjadi pembeda dari Perusahaan lain dan pada akhirnya mampu menjadi keunggulan kompetitif bagi suatu Perusahaan.

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas menunjukkan bahwa setiap kejadian empiris tidak selalu sama dengan teori yang ada. Hal ini ditunjukkan adanya *research gap* yang dimana membuktikan adanya pengaruh berbeda pada setiap variabel. Dengan melihat latar belakang diatas membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Service Quality*, *Trust* Dan *Costumer Satisfactions* Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif ini adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada *filasafat positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik pengambilan sampel dipenelitian ini menggunakan metode *non-probability* sampling dengan teknik *purposive sampling*. Metode *non-probability* merupakan teknik dalam pengambilan sampel tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur (anggotanya). *Purposive sampling* merupakan sampel yang sudah dipilih sesuai kriteria peneliti yaitu kriteria inklusi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil uji validitas tersebut diperoleh dari keseluruhan item pernyataan atau pertanyaan dari masing-masing variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) yang dapat dihitung dengan menggunakan perbandingan antara r_{hitung} dan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Uji validitas diperoleh dengan taraf signifikan 5% atau 0,05. Dalam penelitian ini hasil uji validitas sampel yang digunakan yaitu 100 responden dengan (degree of freedom) $df = n - 2$, dalam hal ini jumlah sampel pretest yaitu 100 responden. Maka $df = (100 - 2) = 98$ dengan alpha 0,05 dapat nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} 0,1966 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Service Quality (X1)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Service Quality (X1)	X1_1	.502**	0,1966	Valid
	X1_2	.707**	0,1966	Valid
	X1_3	.720**	0,1966	Valid
	X1_4	.799**	0,1966	Valid
	X1_5	.688**	0,1966	Valid
	X1_6	.735**	0,1966	Valid
	X1_7	.765**	0,1966	Valid
	X1_8	.779**	0,1966	Valid
	X1_9	.737**	0,1966	Valid
	X1_10	.647**	0,1966	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 23, 2024

Berdasarkan tabel diatas pernyataan variabel X1 (Service Quality) semua pernyataan dikatakan valid karena nilai yang didapatkan positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1966.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Trust (X2)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Trust (X2)	X2_1	.870**	0,1966	Valid

X2_2	.865**	0,1966	Valid
X2_3	.851**	0,1966	Valid
X2_4	.820**	0,1966	Valid
X2_5	.760**	0,1966	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 23,2024

Berdasarkan tabel diatas pernyataan variabel X2 (*Trust*) semua pernyataan dikatakan valid karena nilai yang didapatkan positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1966

Tabel 5. Hasil Uji validitas variabel *Costumer Satisfactions* (X3)

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Costumer Satisfactions</i> (X3)	X3_1	.809**	0,1966	Valid
	X3_2	.908**	0,1966	Valid
	X3_3	.902**	0,1966	Valid
	X3_4	.769**	0,1966	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 23,2024

Berdasarkan tabel diatas pernyataan variabel X3 (*Costumer Satisfactions*) semua pernyataan dikatakan valid karena nilai yang didapatkan positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1966

Tabel 6. Hasil Uji validitas variabel *Loyalitas* (Y)

Variablel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Loyalitas</i> (Y)	Y1	.722**	0,1966	Valid
	Y2	.837**	0,1966	Valid
	Y3	.789**	0,1966	Valid
	Y4	.886**	0,1966	Valid
	Y5	.868**	0,1966	Valid
	Y6	.829**	0,1966	Valid

Sumber: data diolah dengan SPSS 23,2024

Berdasarkan tabel diatas pernyataan variabel Y (*Loyalitas*) seluruh item pernyataan dikatakan valid karena nilai yang didapatkan positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,1966.

2. Uji Realiabilitas

15
Uji Reliabilitas dapat dilihat dari tingkat besarnya nilai Cronbach's Alpha dari masing-masing variabel. Cronbach's Alpha digunakan untuk menunjukkan konsistensi responden dalam merespon seluruh pernyataan. Dalam uji reliabilitas kuisoner dikatakan reliabel jika nilai Cronchbach's Alpha lebih besar dari 0,60

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Keterangan
Service Quality (X1)	.889	Reliabel
Trust (X2)	.887	Reliabel
Costumer Satisfactions (X3)	.868	Reliabel
Loyalitas (Y)	.904	Reliabel

Sumber: data diolah dengan SPSS 23, 2024

Berdasarkan tabel yaitu uji reliabilitas bahwa masing-masing nilai cronbach's alpha dari semua variabel mempunyai nilai di atas 0,60. Maka dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

Hasil Analisis Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data bertujuan untuk memeriksa apakah variabel independent dan dependen berdistribusi normal dalam model regresi. Uji normalitas dengan Kolmogorov Smirnov menggunakan metode sig monte carlo. Kriteria pengambilan keputusan dilihat dari monte carlo sig, (2-tailed). Jika nilai probabilitas > 0,05 maka data normal dan sebaliknya jika nilai probabilitas < 0,05 berarti datanya tidak normal.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas Dengan Monte Carlo

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardize d Residual
--	-----------------------------

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64405645
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.048
	Negative	-.071
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.674 ^e
	99% Confidence Interval	Lower Bound .661
		Upper Bound .686

Sumber: data diolah dengan SPSS 23,2024

Berdasarkan hasil uji *kolmogorov smirnov* dengan metode *monte carlo*. *Monte carlo* merupakan metode pengujian normalitas data dengan menggunakan pengembangan sistematis yang memanfaatkan bilangan acak. Tujuan *monte carlo* adalah untuk melihat distribusi data yang telah diuji dari sampel bernilai acak atau nilainya terlalu *extream*. Hasil uji yang didapatkan nilai signifikan $0,674 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji ini digunakan untuk dapat mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antar variabel *independent* (variabel bebas) dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Apabila Nilai VIF < 10.00, maka Tidak

terjadi masalah Multikolinearitas dan apabila Nilai *Tolerance* > 0,10 tidak terjadi masalah Multikolinearitas

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinieritas Tolerance Dan VIF

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Service Quality (X1)	.811	1.233
Trust (X2)	.804	1.244
Costumer Satisfactions (X3)	.846	1.182

Sumber: data diolah dengan SPSS 23,2024

Berdasarkan tabel 9 menunjukkan bahwa angka *tolerance* dari *Service Quality* (X1) 0,811 > 0,10 dan nilai VIF 1,223 < 10.00, pada variabel *Trust* (X2) angka *tolerancenya* 0,804 > 0,10 dan nilai VIF 1,244 < 10.00, dan variabel *Costumer Satisfactions* angka *tolerance* nya 0,846 > 0,10 dan nilai VIF 1,182 < 10.00. Dari hasil tersebut menunjukkan angka *tolerance* pada ketiga variabel > 0,10 dan nilai VIF pada ketiga variabel < 10.00. Sehingga tidak terjadi masalah multikolinieritas antara variabel independent.

3. Uji Heteroskedasitas

Pengujian heteroskedasitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *glejser*. Jika nilai sig > 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedasitas begitu juga sebaliknya jika nilai sig < 0,05 maka terjadi masalah heteroskedasitas.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedasitas Dengan *Glejser*

Model	Sig.
-------	------

1 (Constant)	.740
Service Quality (X1)	.308
Trust (X2)	.932
Costumer Satisfactions (X3)	.064

Sumber: data diolah dengan SPSS,2024

Berdasarkan hasil yang di dapatkan dilihat dari Coefficients, maka nilai Sig. variabel *Service Quality* (X1) adalah 0,308 selanjutnya variabel *Trust* (X2) sebesar 0,932 dan Variabel *Costumer Satisfactions* (X3) dengan nilai 0,064. Sehingga hasil yang di dapatkan lebih besar dari nilai Sig.0,05 maka data tersebut tidak terjadinya heteroskedastisitas.

4. Uji Linieritas

Istilah liniearitas menunjuk pada pengertian adanya hubungan yang liniear antara dua sebaran data variabel (dependent dan independen), atau dikatakan bahwa sebaran kedua variabel itu mempunyai hubungan yang liniear. Liniearitas adalah hubungan yang liniear antar variabel, artinya setiap ada perubahan yang terjadi pada satu variabel akan diikuti dengan besaran yang sejajar pada variabel lainnya. Tujuan uji Liniearitas adalah untuk mencari antara dua variabel mempunyai hubungan yang liniear, maka analisis regresi dapat dilanjutkan. Uji liniearitas penelitian ini diuji menggunakan SPSS 23. Dua variabel mempunyai hubungan yang liniear bila signifikansi (*Deviation for Linearity*) > 0,05. Hasil uji liniearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11. Hasil Uji liniearitas Loyalitas dan *Service Quality* (X1)

	Sig
<i>Linearity</i>	.000

Loyalitas * Service	<i>Deviation From Linearity</i>	
Quality (X1)		.444

Sumber: data diolah dengan SPSS 23, 2024

1 Berdasarkan uji linieritas di atas, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation for Linearity* $> \alpha$ ($0,444 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Loyalitas dengan *Service Quality*

Tabel 12. Hasil Uji linearitas Loyalitas dan Trust (X2)

		Sig
Loyalitas * Trust	<i>Linearity</i>	.000
(X2)	<i>Deviation From Linearity</i>	.930

Sumber: data diolah dengan SPSS 23, 2024

1 Berdasarkan uji linieritas di atas, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation for Linearity* $> \alpha$ ($0,930 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Loyalitas dengan *Trust*.

Tabel 13. Hasil Uji Linieritas Loyalitas dan Costumer Satisfactions (X3)

		Sig
Loyalitas *	<i>Linearity</i>	.000
Costumer	<i>Deviation From Linearity</i>	.882
Satisfactions (X3)		

Sumber: data diolah dengan SPSS23, 2024

1 Berdasarkan uji linieritas di atas, diperoleh nilai signifikansi pada *Deviation for Linearity* $> \alpha$ ($0,882 > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel Loyalitas dengan *Costumer Satisfactions*.

Hasil Analisis Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan linear antara dua lebih variabel independen dengan variabel dependen. Tujuan dari analisis ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terika

Tabel 14.Uji Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.584	1.978		.801	.425
<i>Service Quality</i>	.063	.041	.098	1.524	.131
<i>Trust</i>	.675	.069	.634	9.788	.000
<i>Costumer Satisfactions</i>	.424	.094	.284	4.500	.000

Sumber: data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil persamaan regresi yang didapatkan dapat dibuat dalam persamaan berikut ini: **Y = -0,1.584 + 0,063 X1 + 0,675 X2 + 0,424 X3 + e**

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi untuk masing-masing variabel *Service Quality*, *Trust* dan *Costumer Satisfactions* terhadap Loyalitas yakni :

- A. *Constant* sebesar 0,1.584 yang artinya apabila *Service Quality* (X1), *Trust* (X2), dan *Costumer Satisfactions* (X3) sama dengan nol (0) maka Loyalitas Pengguna BSI Mobile bernilai 0,1.584
- B. *Coefisients* regresi variabel *Service Quality* (X1) bertanda negatif sebesar 0,063% menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% variabel *Service Quality* (X1), maka Loyalitas akan meningkat sebesar 0,206 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan.
- C. *Coefisients* regresi variabel *Trust* (X2) bertanda positif sebesar 0,675 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% variabel *Trust* (X2), maka Loyalitas akan meningkat sebesar 0,675 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan.
- D. *Coefisients* regresi variabel *Costumer Satisfactions* (X3) bertanda positif sebesar 0,424 menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% variabel *Costumer Satisfactions* (X3), maka Loyalitas akan meningkat sebesar 0,424 dengan anggapan variabel lain tidak mengalami perubahan.

2. Uji T (Persial)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan tingkat Signifikan 0,05 apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ atau 5% maka hipotesis yang diajukan diterima dan dinyatakan signifikansi. Hal ini diperoleh dari hasil SPSS dengan ketentuan t_{tabel} ialah dengan signifikansi 0,05 dan $df (n-k-1)$ atau $(100-4-1)-95$ jadi diperoleh t_{tabel} 1,98525. Hasil uji T dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15. Hasil Uji T (Persial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T
	B	Std. Error	Beta	

(Constant)	1.584	1.978		.801
<i>Service Quality</i>	.063	.041	.098	1.524
<i>Trust</i>	.675	.069	.634	9.788
<i>Costumer Satisfactions</i>	.424	.094	.284	4.500

Sumber: data diolah dengan SPSS 23, 2024

1. Variabel *Service Quality* (X1) memperoleh hasil t-hitung 1.524 < t-tabel 1,98525, dan nilai sig. 0,131 > 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa H1 ditolak yang artinya variabel *Service Quality* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel *Loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih*
2. Variabel *Trust* (X2) memperoleh hasil t-hitung 9.788 > t-tabel 1,98525, dan nilai sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa H2 diterima yang artinya variabel *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih*
3. Variabel *Costumer Satisfactions* (X3) memperoleh hasil t-hitung 4.500 > t-tabel 1,98525, dan nilai sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat dikatakan bahwa H3 diterima yang artinya variabel *Costumer Satisfactions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel *Loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih*

3. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel *Service Qaulity*, *Trust* dan *Costumer Satisfactions* (independen) secara bersamaan terhadap Loyalitas (dependen) Nasabah Pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih.

Tabel 16. Hasil Uji F (Simultan)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	560.171	3	186.724	66.989	.000 ^b
Residual	267.589	96	2.787		
Total	827.760	99			

Sumber: data diolah dengan SPSS 23,2024

Cara menentukan f-tabel tingkat signifikansi 0,05 dan $df1 = (k-1)$ atau $(4-1 = 3)$ selanjutnya $df2 = (n-k-1)$ atau $(100-4-1 = 95)$, menghasilkan f-tabel senilai 2,70. sehingga f-hitung $(66.989) > f\text{-tabel } (2,70)$ dan nilai sig. $0.000 < 0,05$, maka secara simultan variabel *Service Quality* (X1), *Trust* (X2) dan *Costumer Satisfactions* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih.

4. Uji R² (Korefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa besar pengaruh nilai suatu variabel (X) terhadap naik atau turunnya nilai variabel (Y). koefisien determinasi dapat dilihat pada bagian *R-Square* tabel model summary.

Tasbel 17. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.823 ^a	.677	.667	1.670

Sumber: data diolah dengan SPSS, 2024

Hasil koefisien determinasi dilihat dari nilai *R-Square* adalah 0,677. Hasil ini dapat diartikan bahwa variabel *Service Quality* (X1), *Trust* (X2) dan *Customer Satisfaction* (X3) mampu mempengaruhi *Loyalitas* (Y) Nasabah Pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) sebesar 67,7%. Sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Pembahasan Hipotesis

1. Pengaruh *Service Quality* (X1) terhadap *Loyalitas*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, bahwa nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $1.524 < 1,98525$ dengan signifikansi $0,131 > 0,05$. Sehingga hipotesis (H1) menyatakan variabel *Service Quality* tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih .

Hal tersebut sejalan dengan *Theory Of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik di pandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu.

Kualitas dalam sebuah layanan menjadi aspek penting yang dapat membedakan sebuah usaha atau perusahaan dari kompetitor karena kualitas layanan merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi loyalitas pengguna. Hal ini sejalan dengan hasil tanggapan responden yang menunjukkan bahwa nasabah merasakan *Service Quality* dari BSI Mobile karena tampilan aplikasi BSI Mobile modern yang dilengkapi dengan fitur canggih.

Penelitian lain dari Aulia Nuril Choirunisa ,tahun 2023 menyatakan terdapat kualitas layanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah generasi Z di jabodetabek

2. Pengaruh *Trust* (X2) Terhadap *Loyalitas*

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu $9.788 > 1.98525$, dengan signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga hipotesis (H2) menyatakan variabel *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih.

Hal tersebut sejalan dengan *Theory Of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik di pandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu.

Trust atau Kepercayaan adalah keyakinan satu pihak pada reliabilitas, durabilitas, dan integritas pihak lain dalam hubungan dan keyakinan bahwa tindakannya merupakan kepentingan yang paling baik dan akan menghasilkan hasil positif bagi pihak yang dipercaya.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jordan Bastian, Sugeng Widodo tahun 2022. Hasil penelitian kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor dengan nilai t-hitung > t-tabel ($21.954 > 1.66864$) dan signifikansi 0.000.

Dalam perbankan loyalitas nasabah merupakan salah satu komitmen nasabah bertahan secara mandalam dalam berlangganan Kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten Dimasa yang akan datang, hal ini bisa terjadi karena sudah adanya kepercayaan dari nasabah. Itu bisa terjadi apabila nasabah mendapatkan kesan yang baik dari pelayanan yang diberikan.

Dari hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dari nasabah. Dengan demikian hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kredibilitas yang dimiliki Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih dan kehandalan dari fasilitas yang diberikan serta informasi yang jelas, transparan yang benar kepada para nasabahnya yang diberikan dari Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih

tersebut sehingga secara tidak langsung meningkatkan *Trust*/Kepercayaan nasabah terhadap Loyalitas Dalam Penggunaan BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih.

3. Pengaruh *Customer Satisfactions* (X3) Terhadap Loyalitas

Pada hasil penelitian ditemukan bahwa *customer satisfactions* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji T, bahwa nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4.500 > 1.98525$ dengan signifikansi $0.000 < 0.05$. Sehingga hipotesis (H3) menyatakan variabel *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih.

Hal tersebut sejalan dengan *Theory Of Reasoned Action* (TRA) menjelaskan bahwa keyakinan dapat mempengaruhi sikap dan norma sosial yang mana akan merubah bentuk keinginan berperilaku baik di pandu ataupun terjadi begitu saja dalam sebuah perilaku individu.

Kepuasan secara menyeluruh yang diberikan kepada nasabah sehingga membuat nasabah tidak ragu menggunakan mobile banking. Dengan menggunakan mobile banking menghemat waktu para penggunanya tanpa harus membuang-buang waktunya untuk antri di kantor-kantor cabang terdekat untuk melakukan transaksinya, layanan mobile banking merupakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta nasabah dapat memegang kendali secara leluasa dalam keputusan bertransaksinya

Pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Andhika, tahun 2021 kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini membuktikan bahwa dengan adanya peningkatan kepuasan nasabah yang positif akan menciptakan pengguna yang loyal dan akan terus menggunakan BSI Mobile. Hal ini juga didukung oleh penelitian Marliyah et al., tahun 2021, Prishellya Angghisna, tahun 2021 bahwa customer satisfaction berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Dari hasil diatas dapat dilihat *Costumer Satisfactions*/ kepuasan nasabah dan loyalitas saling berhubungan, yang artinya Bank Syariah Indonesi KC

Prabumulih untuk meningkatkan Kepuasan pada nasabah maka loyalitas nasabah juga akan meningkat. Jadi dalam hal ini kepuasan nasabah merupakan penyebab terjadinya loyalitas nasabah, seperti halnya kepuasan atas layanan BSI Mobile Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih apabila nasabah puas akan layanan yang diberikan maka akan mempengaruhi loyalitas dari nasabah terhadap penggunaan BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih.

4. Pengaruh *Service Quality* (X1), *Trust* (X2), dan *Customer Satisfactions* (X3) terhadap Loyalitas

Menentukan f-tabel tingkat signifikansi 0,05 dan $df1 = (k-1)$ atau $(4-1 = 3)$ selanjutnya $df2 = (n-k-1)$ atau $(100-4-1)$, menghasilkan f-tabel senilai 2,70. Sehingga f-hitung $(66.989) > f\text{-tabel } (2,70)$ dan nilai $sig .0,000 < 0,05$, maka variabel *Service Quality* (X1), *Trust* (X2), dan *Customer Satisfactions* (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih.

Dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa *service quality*, *trust*, dan *customer satisfactions*, memiliki berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile. Maka semakin baik dalam memberikan *Service Quality*, *Trust*, dan *Customer Satisfactions*, dengan memberikan layanan terbaik kepada nasabah pengguna BSI Mobile akan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile untuk meningkat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengatur hubungan langsung antara variabel *Service Quality*, *Trust*, dan *Costumer Satisfactions* terhadap loyalitas. Responden dalam penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Prabumulih, berikut adalah beberapa Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan:

1. Variabel *Service Qaulity* memiliki tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia(BSI) KC Prabumulih.
2. Variabel *Trust* memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI mobile. Karena sistem tingginya kepercayaan yang diberikan kepada

- nasabah dalam menggunakan BSI mobile, maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih
3. Variabel *Costumer Satisfactions* memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile. Karena tercapainya kepuasan nasabah dari laynana yang diberikan dalam menggunakan BSI mobile, maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih
4. Secara simultan variabel *Service Qulity, Trus, Dan Costumer Satisfactions* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI mobile. Karena semakin baik kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah yang diberikan kepada nasabah dalam menggunakan BSI mobile, maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna BSI Mobile Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Prabumulih

DAFTAR PUSTAKA

Berikut daftar pustaka yang telah disusun sesuai urutan abjad:

- Agustina, D. A., & Krisnaningsih, D. (2023). Pengaruh Penggunaan BSI Mobile terhadap Kepuasan Nasabah di BSI Cabang Jenggolo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6, 180-185.
- Amanda, S., Hairunnisa, & Ratna. (2023). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi di Bank Syariah (Studi Kasus BSI KCP Indralaya). *La Riba: Jurnal Perbankan Syariah*, 4(2), 37-53. <https://doi.org/10.53649/lariba.v4i2.276>
- Arimbi, F. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan dan Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan BSI Mobile dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi). *International Journal of Bank Marketing*, 10(2), 1-23.
- Arrizki, F., Lubis, A. Y., & Lestari, D. (2023). Pengaruh BSI Mobile dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Mahasiswa/i Perbankan Syariah-UINSU). *Eksya Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 2746-8925.
- Aulia, F. P. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank Jatim Kantor Cabang Bojonegoro). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-16.
- Firmansyah, D., Setiawan, T., & Susetyo, D. P. (2021). Pentingnya Membangun Loyalitas Konsumen melalui Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan: Survey tentang Pelayanan dan Loyalitas pada Perusahaan Jasa. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(4), 304. <https://doi.org/10.32493/drj.v4i4.10829>

- Firmansyah, F., Purnamasari, P. E., & Prajawati, M. I. (2022). E-Banking Service Quality dan E-Trust serta Implikasinya pada E-Customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty. *Iqtishoduna*, 18(2), 122-140. <https://doi.org/10.18860/iq.v18i2.13857>
- Goodstats. (2024). Mobile Banking Terpopuler di Indonesia 2024. <https://data.goodstats.id/statistic/mobile-banking-terpopuler-di-indonesia-2024-MdFQB>. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2024 pukul 11.00.
- Hisam, M. (2023). Currency: Currency. *Jurnal Ekonomi*, 2, 202-221.
- Imron. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28. <https://doi.org/10.31294/ijse.v5i1.5861>
- Khotijah, S. N., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2023). Pengaruh Keamanan, Kenyamanan, Kualitas Layanan dan Fitur Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah. *El-Aswaq*, 4(02), 541-551. <https://doi.org/10.31106/elaswq.v4i02.25795>
- Kiki, U. (2023). Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) dan Perceived Enjoyment terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Digital. <http://repository.radenintan.ac.id/id/eprint/28426>
- Muchtar, E. H., Alim, M. N., & Nurjannah, N. (2022). Analisa Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia. *I-Best: Islamic Banking & Economic Law Studies*, 1(2), 87-102. <https://doi.org/10.36769/ibest.v1i2.251>
- Nasution, S. L. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Pelayanan, dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Master Cash & Credit Kota Pinang. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 6(1), 60-69. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i1.35>
- Purwanto, E., & Universitas Pembangunan Jaya. (2020). Technology Adoption: A Conceptual Framework.
- Suara Merdeka. (2024). MBanking BSI ERROR Hari Ini Maret 2024 GAGAL Bayar dan Permintaan Tidak Dapat Diproses. <https://jogja.suaramerdeka.com/ekonomi/1812254256/mbanking-bsi-error-hari-ini-maret-2024-gagal-bayar-dan-permintaan-tidak-dapat-diproses-sampai-kapan-ini-penjelasan-bsi>. Diakses pada tanggal 16 Agustus 2024 pukul 11.00.
- Suriani, A. I., & Pratiwi, N. (2022). Efektifitas Pembelajaran Tatap Muka Terbatas (PTMT) Selama Masa Pandemi Covid-19 pada Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) Siswa Kelas V Sekolah Dasar. *Jurnal Pacu Pendidikan Dasar, Jurnal PGSD UNU NTB*, 2(1).
- Sutiyem, & Fitri, T. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ulak Karang Padang. *Jurnal Pundi*, 5(3), 351. <https://doi.org/10.31575/jp.v5i3.371>

ORIGINALITY REPORT

31%

SIMILARITY INDEX

29%

INTERNET SOURCES

17%

PUBLICATIONS

16%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	3%
2	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	3%
3	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
4	rama.unimal.ac.id Internet Source	2%
5	eprints.uad.ac.id Internet Source	2%
6	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	2%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	1%
9	ejournal.almaata.ac.id Internet Source	1%
10	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
11	etheses.uinmataram.ac.id Internet Source	1%
12	123dok.com Internet Source	1%

13	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1 %
15	Submitted to LL DIKTI IX Turnitin Consortium Part II Student Paper	1 %
16	Wan Farida Soraya, Argo Putra Prima. "Pengaruh Financial Knowledge, Financial Attitude dan Locus Of Control terhadap Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi di Kota Batam", El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 2024 Publication	1 %
17	repository.usni.ac.id Internet Source	1 %
18	ojs.akbpstie.ac.id Internet Source	1 %
19	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	1 %
20	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1 %
21	Submitted to iGroup Student Paper	1 %
22	jurnal.syntaximperatif.co.id Internet Source	1 %
23	jogja.suaramerdeka.com Internet Source	1 %
24	openjournal.unpam.ac.id Internet Source	1 %

25 ejournal.iaiqi.ac.id
Internet Source

1%

26 eprints.perbanas.ac.id
Internet Source

1%

27 media.neliti.com
Internet Source

1%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On