

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

1. Deskripsi Perusahaan

BSI merupakan bank hasil merger antara PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah. melalui Surat Keputusan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) No. 04/KDK.03/2021 secara resmi mengeluarkan izin merger tiga usaha bank syariah tersebut pada 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Kegiatan Umum Perusahaan: PT. Bank Syariah Indonesia terutama:

- a. menyalurkan dana melalui Giro, Tabungan, dan Akad Wadia lainnya yang berpegang pada prinsip Syariah.
- b. Menggunakan akad mudharabah yang sesuai syariah untuk menghimpun dana melalui investasi, seperti deposito atau tabungan.
- c. Memberikan pembiayaan melalui akad qardh yang selaras dengan prinsip syariah.
- d. Menggunakan akad ijarah atau sewa beli yang tidak melanggar prinsip syariah untuk membiayai penyewaan barang kepada nasabah, baik bertunangan maupun tidak.
- e. Menerapkan praktik bisnis kartu debit dan pembiayaan yang sesuai syariah.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Menjadi salah satu dari 10 Bank Syariah terbesar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu lima tahun kedepan

b. Misi :

- 1) Memberikan akses terhadap solusi keuangan syariah di Indonesia.
- 2) Menyediakan produk dan layanan keuangan Syariah yang komprehensif bagi nasabah, dengan fokus pada produk Syariah yang unik dan berdaya saing tinggi.

Validitas digunakan untuk menyatakan seberapa jauh data yang ditampung pada suatu kuesioner, guna untuk mengukur apa yang sedang diukur. Pada penelitian ini, non responden yang diambil sampelnya sebanyak 30 sampel yang dilakukan kepada nasabah BSI yang menggunakan layanan *Digital Banking*. perhitungan uji validitas dan reliabilitas pada penelitian ini menggunakan SPSS versi 19 untuk mengetahui valid atau tidak validnya setiap butir pertanyaan yang ditujukan kepada responden.

Item pertanyaan dikatakan valid jika koefisiensi (r) nilainya lebih dari r -tabel; sebagai berikut:

$$r_{tabel} = \frac{t(a; n - 2)}{\sqrt{(n - 2) + t^2(a; n - 2)}}$$

Dengan sampel sebesar 30 dan nilai alfa yang digunakan sebesar 5% sehingga nilai r -tabel yang didapatkan sebesar 0,361. Item pertanyaan dikatakan valid bila nilai koefisien korelasi (r) nilainya lebih dari 0,361.

Sehingga diperoleh tabel untuk mengidentifikasi apakah valid atau tidak valid dalam butir pertanyaan dalam kuesioner sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Non Responden

Butir Pertanyaan	r-hasil	r-tabel	Kesimpulan
1	0,790	0,361	Valid
2	0,799	0,361	Valid
3	0,870	0,361	Valid
4	0,889	0,361	Valid
5	0,815	0,361	Valid
6	0,760	0,361	Valid
7	0,834	0,361	Valid
8	0,815	0,361	Valid
9	0,764	0,361	Valid
10	0,556	0,361	Valid
11	0,76	0,361	Valid

12	0,799	0,361	Valid
13	0,778	0,361	Valid
14	0,740	0,361	Valid
15	0,763	0,361	Valid
16	0,798	0,361	Valid
17	0,858	0,361	Valid
18	0,884	0,361	Valid
19	0,786	0,361	Valid
20	0,778	0,361	Valid
21	0,664	0,361	Valid
22	0,684	0,361	Valid
23	0,664	0,361	Valid
24	0,686	0,361	Valid
25	0,667	0,361	Valid
26	0,704	0,361	Valid

Sumber : Data Diolah 2024

Dari tabel diatas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan terdiri dari 23 butir pertanyaan yang memiliki koefisien korelasi 23 butir pertanyaan lebih besar dari r-tabel 0,361 pada taraf signifikansi 5%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 23 butir pertanyaan dinyatakan valid dan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

b. Uji Reliabilitas (Non Responden)

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan seberapa jauh suatu hasil pengukuran relatif konsisten jika alat ukur digunakan berulang kali. Setelah dilakukan uji validitas, dilakukan uji reliabilitas tiap faktor/kelompok pertanyaan. Berikut ringkasan hasil uji reliabilitas keempat faktor/kelompok variabel tersebut :

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	Cronbach's alpha	Kesimpulan
SC	0,718	Reliabel
SQ	0,964	Reliabel
LN	0,944	Reliabel
LD	0,98	Reliabel

Sumber : Data Diolah 2024

Variabel-variabel tersebut dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's alpha $> 0,6$ yang mengindikasikan reliabilitas konsistensi internal yang memuaskan. Reliabilitas konsistensi internal adalah suatu pendekatan untuk menaksir konsistensi internal dari kumpulan item/indikator, di mana beberapa item dijumlahkan untuk menghasilkan skor total untuk kontrak/faktor. Dari ketiga faktor yaitu SC, SQ, LN, LD, dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor tersebut reliabel dan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

5. Deskripsi Responden

Data telah diambil dengan kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bank BSI, Metode pengambilan sampel penelitian yakni Teknik yang digunakan adalah metode sampling insidental, yaitu teknik pengambilan sebuah sampel yang didasarkan kebetulan, dimana peneliti dapat menjadikan sampel siapa saja yang ia temui secara kebetulan yang dianggap cocok dijadikan sebagai sumber data. Responden dapat memberikan jawaban sesuai kenyataan atau pengalamannya. Berikut ini merupakan tabel data tanggapan responden:

Tabel 4.3 Deskriptif Variabel

Keterangan	Anggota Sampel
Kuesioner yang disebar	102
Kuesioner yang diterima	102
Kuesioner yang tidak memenuhi syarat	0
Jumlah kuesioner yang diolah	102

Sumber: Data *Primer* yang di olah (2024)

Diketahui terdapat 0 kuesioner tidak memenuhi syarat, maka total kuesioner yang dapat diterima dan layak yaitu sebesar 102 responden. Jumlah sampel 102 responden ini layak di proses karena sudah memenuhi persyaratan perkiraan sampel yang diperlukan dalam penelitian menggunakan Smart PLS yakni sebanyak minimal 30 sampel.²

6. Identitas Responden

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden menurut jenis kelamin yaitu dari 102 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia berdasarkan tabel 4.4

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	39	38%
2.	Perempuan	63	62%
	Total	102	100%

Sumber: Data *Primer* yang di olah (2024)

Sebagian besar responden atas dasar jenis kelamin perempuan yakni 64 responden, responden laki-laki 39 responden. Hasil diatas menunjukkan mayoritas perempuan.

² Wijaya, Lani Diana, and Virgo Simamora. "Pengaruh Kapabilitas Teknologi Informasi Dan Kapabilitas Inovasi Terhadap Strategi Dan Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner." *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 7, no. 1 (2022): 51-65.

- b. Karakteristik responden berdasarkan sudah berapa lama menabung

Pengelompokan responden menurut jenis sudah berapa lama menabung yaitu dari 102 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia berdasarkan tabel 4.5

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa Lama Menabung

No	Sudah berapa lama	Frekuensi	Presentase
1.	< 1 tahun	41	40 %
2.	\geq 1 tahun	61	60 %
Total		102	100 %

Sumber: Data *Primer* yang di olah (2024)

Diketahui bahwa sebagian besar responden nasabah BSI berdasarkan sudah berapa lama menabung yakni < 1 tahun sebanyak 41 responden, sedangkan \geq 1 tahun sebanyak 62 responden. Hasil diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah menabung \geq 1 tahun.

- c. Karakteristik respoden berdasarkan jumlah Tabungan yang dimiliki

Pengelompokan responden menurut jumlah Tabungan yang dimiliki yaitu dari 102 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia berdasarkan tabel 4.6.

Tabel 4.6. Karakteristik responden berdasarkan jumlah Tabungan yang dimiliki

No	Jumlah Tabungan	Frekuensi	Presentase
1.	1 – 2 juta	43	42 %
2.	\geq 2 juta	59	58 %
Total		102	100 %

Sumber: Data *Primer* yang di olah (2024)

Diketahui bahwa sebagian besar responden nasabah BSI berdasarkan jumlah tabungan yang dimiliki yakni 1 – 2 juta tahun sebanyak 43 responden, sedangkan \geq 2 juta sebanyak 59 responden. Hasil diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki jumlah tabungan \geq 2 juta.

d. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Pengelompokan responden menurut jumlah Tabungan yang dimiliki yaitu dari 102 responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia berdasarkan tabel 4.7.

Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1.	Pelajar / Mahasiswa	53	52 %
2.	PNS	15	15 %
3.	Wiraswasta	26	25 %
4.	Dosen / Pengajar	5	5 %
5.	Karyawan	3	3 %
Total		102	100 %

Sumber: Data *Primer* yang di olah (2024)

Diketahui bahwa sebagian besar responden nasabah BSI berdasarkan pekerjaan yakni sebagai pelajar / mahasiswa sebanyak 53 responden, PNS sebanyak 15 responden, Wiraswasta sebanyak 26 responden, Pengajar sebanyak 5 responden, dan karyawan sebanyak 3 responden. Hasil diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa.

7. Karakteristik tanggapan responden

Berdasarkan hasil 102 kuesioner yang disebar, seluruh sampel layak untuk diolah, dan jumlah tersebut jelas memenuhi persyaratan rentang sampel untuk melakukan penelitian. Setelah melakukan observasi, dapat disajikan tanggapan deskriptif responden. Respon deskriptif responden digunakan untuk menganalisis data hasil pengukuran setiap indikator variabel. Dalam penelitian ini metode penilaian didasarkan pada skala likert 1 sampai 5, dimana angka 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan angka 5 menunjukkan sangat setuju. Dibawah ini adalah rumus bagaimana cara menilainya dengan menggunakan perhitungan::

$$\text{Rentang Skala} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$$

$$\text{Rentang Skala} = \frac{5 - 1}{5}$$

$$\text{Rentang Skala} = 0,8$$

Standar untuk kategori dari kelasnya adalah sebagai berikut ini

4,21 - 5,00 = sangat tinggi

3,41 - 4,20 = tinggi

2,61 - 3,40 = cukup

1,81 - 2,60 = rendah

1,00 - 1,80 = sangat rendah

8. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Variabel *Sharia compliance*

Pendapat responden mengenai *Sharia compliance* ditunjukkan pada table dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel 4.8 Deskriptif Variabel *Sharia compliance*

indikator	1	2	3	4	5	rata-rata
BSI Mobile tidak menggunakan sistem bunga pada saat transaksi perbankan	0	0	1	42	59	4.57
Bank BSI Menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti	0	0	1	40	61	4.59
Menurut saya tidak ada indikasi Riba, Maysir, Gharar pada saat menggunakan BSI Mobile	0	0	3	49	50	4.46
Menurut saya tidak ada indikasi terjadinya spekulasi dan perjudian dalam aplikasi BSI Mobile	0	0	3	53	46	4.42
Bank BSI hanya melakukan bisnis yang	0	0	2	45	55	4.52

berbasis pada keuntungan yang halal						
Aplikasi BSI Mobile mempermudah dalam penyaluran zakat, infaq, dan shadaqah	0	0	2	41	59	4.56
Saya yakin terbebas dari riba pada transaksi BSI Mobile	0	0	1	57	44	4.42
Rata-rata						4.51

Sumber : Data Primer yang di olah (2024)

Pada tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai *sharia compliance* terdapat pada indikator-j yang tinggi yaitu sebesar 4,51 dalam standar kategori menunjukkan bahwa nilai tersebut termasuk dalam kategori sangat tinggi. Nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator 1 dengan skor 4,59 yaitu “Bank BSI Menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti” sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator SC 4 dan SC 7 dengan skor 4,42 yaitu “ Bank BSI hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal” dan “Saya yakin terbebas dari riba pada transaksi BSI Mobile”.

b. Variabel *service quality*

Pendapat responden mengenai *Service Quality* ditunjukkan pada tabel dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel 4.9. Deskriptif Variabel *Service Quality*

Indikator	1	2	3	4	5	Rata-rata
Nasabah dapat dengan mudah bertransaksi menggunakan BSI Mobile	0	0	2	38	62	4.59
BSI mobile memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	0	0	1	36	65	4.63
Bank memberikan keamanan dan menjaga kerahasiaan saat bertransaksi dengan layanan <i>digital banking</i> (BSI Mobile)	0	0	2	41	59	4.56
Keluhan terhadap kendala pada BSI Mobile ditanggapi dengan cepat	0	0	3	43	56	4.52
Saya dapat dengan mudah menghubungi BSI Mobile apabila terjadi masalah	0	0	3	49	50	4.46
Saya tertarik menggunakan aplikasi BSI Mobile karena sistem nya yang mudah	0	0	5	48	49	4.43
Rata-rata						4.53

Sumber : Data Primer yang di olah (2024)

Pada tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai *service quality* terdapat pada indikator-indikator yang tinggi yaitu sebesar 4,53 dalam standar kategori menunjukkan bahwa nilai tersebut termasuk dalam kategori Sangat tinggi. Nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator SQ 2 dengan skor 4,63 yaitu “BSI mobile memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan”, sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator SQ.6 dengan skor 4,43 yaitu “ Saya tertarik menggunakan aplikasi BSI Mobile karena sistem nya yang mudah”.

c. Variabel Loyalitas Nasabah

Pendapat responden mengenai loyalitas nasabah ditunjukkan pada tabel dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel 4.10. Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah

Indikator	1	2	3	4	5	Rata-rata
Saya sering menggunakan BSI Mobile untuk melakukan transaksi perbankan	0	0	0	35	67	4.66
Saya selalu menabung di BSI	0	0	3	45	54	4.50
Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membuka rekening di BSI	0	0	2	38	62	4.59
Saya selalu mengatakan hal baik tentang BSI Mobile kepada orang lain	0	0	5	44	53	4.47
Saya tidak tertarik menggunakan produk dari bank lain selain BSI	0	0	8	46	48	4.39
Saya merasa puas menggunakan layanan BSI Mobile	0	0	2	47	53	4.50
Saya merasa cocok dengan layanan yang tersedia pada BSI Mobile	0	0	2	43	57	4.54
Rata-rata						4.52

Sumber : Data Primer yang di olah (2024)

Pada tabel 4.10 diatas, menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai *service quality* terdapat pada indikator-indikator yang tinggi yaitu sebesar 4,52 dalam standar kategori menunjukkan bahwa nilai tersebut termasuk dalam kategori Sangat tinggi. Nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator LN 1 dengan skor 4,66 yaitu “Saya sering menggunakan BSI Mobile untuk melakukan transaksi perbankan”, sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator LN 5 dengan skor 4.39

yaitu “Saya tidak tertarik menggunakan produk dari bank lain selain BSI” .

d. Variabel *Digital Banking*

Pendapat responden mengenai *digital banking* ditunjukkan pada tabel dengan penjabaran sebagai berikut:

Tabel 4.11. Deskriptif Variabel *Digital Banking*

Indikator	1	2	3	4	5	rata-rata
Saya dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus bertemu langsung dengan pegawai bank	0	0	2	32	68	4.65
Saya merasa dengan menggunakan layanan Digital banking BSI lebih hemat dan mengurangi biaya transaksi	0	0	4	49	49	4.44
Dengan adanya layanan Digital banking BSI, saya dapat memperoleh akses informasi lebih cepat serta transparan	0	0	4	45	53	4.48
Saya merasa dengan adanya layanan Digital banking BSI kebutuhan saya merasa cepat terpenuhi	0	0	4	53	45	4.40
Saya dapat menikmati sistem yang canggih serta dapat mempercepat pelayanan yang saya butuhkan	0	0	7	52	43	4.35
Saya merasa aman saat menggunakan layanan Digital banking BSI	0	0	3	48	51	4.47
Rata-rata						4.47

Sumber : Data Primer yang di olah (2024)

Pada tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwa tanggapan responden mengenai layanan *Digital Banking*

terdapat pada indikator–indikator yang tinggi yaitu sebesar 4,47 dalam standar kategori menunjukkan bahwa nilai tersebut termasuk dalam kategori Sangat tinggi. Nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator LD 1 dengan skor 4,65 yaitu “Saya dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus bertemu langsung dengan pegawai bank”, sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator LD 5 dengan skor 4,35 yaitu “Saya dapat menikmati sistem yang canggih serta dapat mempercepat pelayanan yang saya butuhkan”.

B. Analisis Data

Penelitian ini dengan SmartPLS 3.2.8. Partial Least Square (PLS) yaitu metode analisis paling powerfull. Sampel yang saya gunakan sejumlah 102 nasabah BSI yang menggunakan layanan *digital banking*.

1. Analisis jalur

Analisis jalur (path analysis) dipakai untuk uji hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel intervening dengan bantuan SmartPLS 3.2.8. Berikut hasil analisis jalur³:

- a) *Sharia compliance, service quality* terhadap layanan *digital banking*

Tabel 4. 12. Koefisiensi jalur

	Layanan Digital Banking
<i>Sharia compliance</i>	0,439
<i>Service Quality</i>	0.304

Pada tabel 4.12 diatas membuktikan besarnya koefisien jalur *Sharia compliance, Service Quality* terhadap Layanan *Digital Banking*. Adapun besarnya koefisien jalur *Sharia compliance* terhadap Layanan *Digital Banking* senilai 43,9%, sedangkan koefisiensi jalur *Service Quality* terhadap Layanan *Digital Banking* senilai 30,4%.

³ Haryono, Siswoyo, and Parwoto Wardoyo. "Structural equation modeling." (Bekasi: PT Intermedia Personalia Utama ,2012), 408.

- b) *Sharia compliance*, *service quality* dan layanan *digital banking* terhadap loyalitas nasabah

Tabel 4.13. Koefisiensi jalur

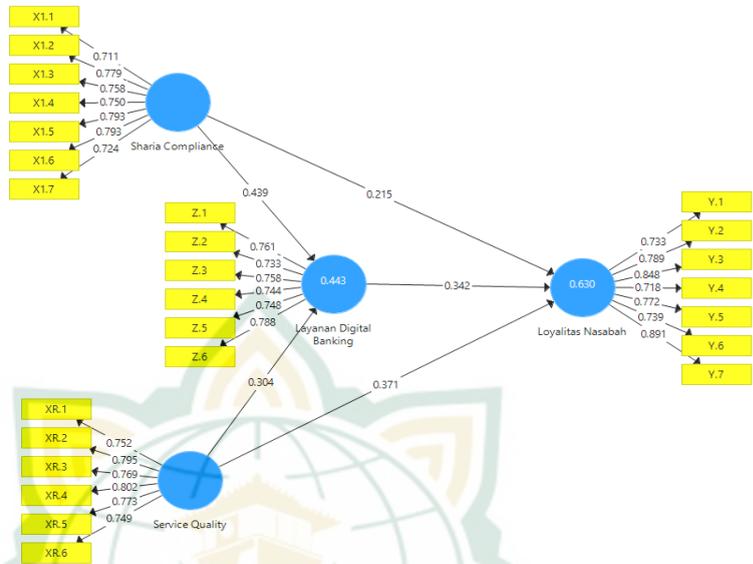
	Loyalitas Nasabah
<i>Sharia compliance</i>	0,215
<i>Service Quality</i>	0,371
Layanan <i>Digital Banking</i>	0,342

- a) Tabel 4.13 menunjukkan besarnya koefisien jalur *sharia compliance*, *service quality* dan layanan *digital banking* terhadap loyalitas nasabah . Adapun besarnya koefisien *Sharia compliance* terhadap Loyalitas Nasabah senilai 21,5%, koefisien jalur *Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah senilai 37,1% dan koefisien jalur Layanan *Digital Banking* terhadap Loyalitas Nasabah senilai 34,2%

2. Analisis Outer Model

Mengukur outer model menggunakan teknik analisa data SmartPLS (uji validitas & uji reliabilitas).⁴ PLS adalah sebuah teknik yang dipakai untuk memprediksi model dengan banyak faktor. Tujuan menggunakan SMART PLS adalah untuk memprediksi hubungan antar konstruk, mengkonfirmasi teori, dan hubungan antara variable laten.

⁴Rahmasari, Dewi, Embun Suryani, and Sri Oktaryani. "Pengaruh Leverage Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Dividen Sebagai Variabel Intervening." *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora* 5, no. 1 (2019): 66-82.



Gambar 4.2. Outer Model

Berdasarkan gambar di atas, dapat dilihat seluruh indikator valid dalam mengukur konstruknya.

a) Uji Validitas

Convergent Validity dan Discriminant Validity.

1) Convergent validity

Penelitian ini akan memakai batas loading factor senilai 0,50

Tabel 4.14. Loading Faktor

	<i>Sharia compliance</i>	<i>Service Quality</i>	Loyalitas Nasabah	Layanan Digital Banking	
SC.1	0,711				Valid
SC.2	0,779				Valid
SC.3	0,758				Valid
SC.4	0,750				Valid
SC.5	0,793				Valid
SC.6	0,793				Valid
SC.7	0,724				Valid
SQ.1		0,752			Valid
SQ.2		0,795			Valid
SQ.3		0,769			Valid
SQ.4		0,802			Valid
SQ.5		0,773			Valid
SQ.6		0,749			Valid
LN.1			0,733		Valid
LN.2			0,789		Valid
LN.3			0,848		Valid
LN.4			0,718		Valid
LN.5			0,772		Valid
LN.6			0,739		Valid
LN.7			0,891		Valid
LD.1				0,761	Valid
LD.2				0,733	Valid
LD.3				0,758	Valid
LD.4				0,744	Valid
LD.5				0,748	Valid
LD.6				0,788	Valid

Hasil olah data nilai outer model/korelasi antara konstruk dengan variabel telah memenuhi convergent validity karena loading factor pada indicator yang terkait cukup reliable dengan nilai semua indikator >0,7. Maka dapat diartikan bahwa tidak ada nilai dibawah 0,7 dan nilai sudah valid.

2) Discriminant validity

Validitas diskriminan (discriminant validity) dilihat dari nilai cross loading yang digunakan untuk menguji indikator-indikator suatu konstruk memiliki nilai cross loading yang lebih tinggi dengan indikator dari konstruk lainnya. Hasil validitas diskriminan dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15. Hasil diskriminan Validity

	<i>Sharia compliance</i>	<i>Service Quality</i>	Loyalitas Nasabah	Layanan Digital Banking
SC.1	0,711	0,419	0,395	0,328
SC.2	0,779	0,479	0,527	0,524
SC.3	0,758	0,493	0,512	0,538
SC.4	0,750	0,383	0,450	0,445
SC.5	0,793	0,493	0,525	0,480
SC.6	0,793	0,475	0,544	0,482
SC.7	0,724	0,401	0,456	0,451
SQ.1	0,547	0,752	0,490	0,462
SQ.2	0,452	0,795	0,487	0,409
SQ.3	0,432	0,769	0,498	0,391
SQ.4	0,468	0,802	0,636	0,450
SQ.5	0,480	0,773	0,536	0,473
SQ.6	0,381	0,749	0,544	0,427
LN.1	0,508	0,539	0,733	0,527
LN.2	0,458	0,488	0,789	0,564
LN.3	0,498	0,571	0,848	0,541
LN.4	0,490	0,495	0,718	0,544
LN.5	0,521	0,564	0,772	0,469
LN.6	0,516	0,505	0,739	0,566
LN.7	0,564	0,633	0,891	0,556
LD.1	0,511	0,519	0,505	0,761
LD.2	0,511	0,365	0,440	0,733
LD.3	0,480	0,367	0,500	0,758
LD.4	0,440	0,450	0,590	0,744
LD.5	0,459	0,374	0,600	0,748
LD.6	0,401	0,475	0,444	0,788

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dilihat bahwa nilai cross loading untuk masing-masing indikator sudah memiliki nilai yang lebih besar dari indikator variabel konstruk lainnya. Maka dapat dikatakan semua konstruk sudah memiliki discriminant validity yang tinggi.

Penelitian untuk mengukur discriminant validity juga terdapat pada nilai square root of Average Variance Extracted (AVE). Nilai discriminant validity dibuktikan valid apabila $AVE > 0,50$. Tabel 4.15 menunjukkan nilai hasil discriminant validity:

Tabel 4.16. Hasil discriminant validity (AVE)

	Average Variance	Extracted
<i>Sharia compliance</i>	0,576	Valid
<i>Service Quality</i>	0,598	Valid
Loyalitas Nasabah	0,619	Valid
Layanan <i>Digital Banking</i>	0,571	Valid

Jika nilai AVE di atas 0,05 maka data terdistribusi valid. Uji *discriminant validity* hasilnya dapat dilihat ditabel bahwa variabel *Sharia compliance*, *Service Quality*, Loyalitas Nasabah dan Loyalitas Nasabah membuktikan angka AVE di atas 0,50. Dengan demikian dapat di tarik kesimpulan bahwa sampel valid dan dapat memenuhi syarat penelitian berikutnya.

b) Uji Reliabilitas

Nilai composite reability dari blok indikator yang mengukur konstruk ialah cara uji reliabilitas. Jika hasil composite reability diatas 0,7 maka menunjukkan nilai yang baik, Uji reliabilitas diperkuat melalui nilai cronbach alpha $> 0,7$. (Ghozali, 2006). Tabel berikut menunjukkan hasil composite reability dan cronbach alpha.

Tabel 4.17. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability
Loyalitas Nasabah	0.896	0.898	0.919
<i>Sharia compliance</i>	0.877	0.882	0.905
<i>Service Quality</i>	0.866	0.868	0.899
Layanan <i>Digital Banking</i>	0.850	0.850	0.889

Tabel 4.17 menunjukkan nilai diatas 0,70 artinya composite reliability dan cronbach alpha untuk semua konstruk exogen dan endogen reliable. Sehingga dapat artikan bahwa *Sharia compliance*, *Service Quality*, Loyalitas Nasabah dan Loyalitas Nasabah memiliki reliabilitas yang baik.

3. Analisis Inner Model

a) R-square

Hubungan variabel laten atas dasar teori subtansif di sebut inner model. Model struktural dievaluasi memakai R-square dari konstruk dependen, Stone - Geisser Q square test guna predictive relevance & uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural. Tabel di bawah ini meupakan hasil perhitungan nilai R-square:

Tabel 4.18. Hasil analisis inner model

	R-Square
Loyalitas Nasabah	0,630
Layanan <i>Digital Banking</i>	0,443

Tabel 4.18 diatas membuktikan nilai R-square Loyalitas Nasabah senilai 0,630 artinya variabilitas konstruk Loyalitas Nasabah diartikan oleh *Sharia compliance* dan *Service Quality* sebesar 63% untuk variabel laten endogen, sedangkan 37% dijelaskan dengan variabel lain, salah satu variabelnya yaitu Layanan *Digital Banking* (variabel intervening). Nilai R-square Stres Kerja sebesar 0,443 yang artinya variabilitas konstruk Layanan *Digital Banking* yang dijelaskan oleh *Sharia compliance* dan *Service Quality* sebesar 44,3% untuk variabel laten,

namun dapat dijelaskan melalui variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini sebesar 55,7%. Tidak hanya nilai R-square, model PLS dievaluasi untuk mengetahui Qsquare prediktif relevansi pada model konstruktif. Q-square menilai berapa baik nilai observasi yang didapat oleh model dan estimasi parameternya. Jika model memiliki nilai predictive relevance, maka nilai Qsquare > 0 (nol) sedangkan jika model kurang memiliki predictive relevance maka nilai Q-square < 0 (nol), dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2) (1 - R^2)$$

Keterangan :

$$R^2, R^2 = R \text{ Square}$$

$$Q^2 = 1 - (1 - R^2) (1 - R^2) = 1 - (1 - 0,630) (1 - 0,443) = 0,7939$$

Nilai Q Square hasil perhitungan diatas sebesar 0,7939 artinya $Q^2 \geq 0$ jadi dapat dibuktikan model structural memiliki nilai predictive relevance.

4. Uji Hipotesis

Uji t sebagai alat menguji ada tidaknya pengaruh variabel bebas (*sharia compliance* dan *service quality*) pada loyalitas nasabah secara individual melalui layanan *digital banking*. Penelitian dengan SmartPLS 3.2.8, uji statistik dari setiap hubungan yang dihipotesiskan melalui simulasi. Termasuk dengan metode bootstrap dilakukan pada sampel. Tujuan pengujian bootstrap untuk meminimalisir masalah data survei yang tidak normal. Hasil dari uji bootstrap analisis SmartPLS ialah sebagai berikut:

Tabel 4.19. Pengaruh Langsung

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
<i>Sharia compliance</i> -> Loyalitas Nasabah	0,215	0,205	0,107	2,003	0,046
<i>Service Quality</i> ->	0,371	0,379	0,103	3,607	0,000

Loyalitas Nasabah					
<i>Sharia compliance</i> -> Layanan <i>Digital Banking</i>	0,439	0,451	0,101	4,359	0,000
<i>Service Quality</i> -> Layanan <i>Digital Banking</i>	0,304	0,300	0,121	2,503	0,013
Layanan <i>Digital Banking</i> -> Loyalitas Nasabah	0,342	0,346	0,095	3,592	0,000

- 1) Diketahui nilai koefisien jalur (original sample) *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah adalah 0,215, yakni bernilai positif, yang berarti beban kerja berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Diketahui nilai $p\text{-Values} = 0,046 < 0,05$, maka dapat disimpulkan *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil tersebut, maka di peroleh hasil ***sharia compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (hipotesis diterima)**

- 2) Diketahui nilai koefisien jalur (original sample) *service quality* terhadap loyalitas nasabah adalah 0,371, yakni bernilai positif, yang berarti *service quality* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Diketahui nilai $p\text{-Values} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil tersebut, maka di peroleh hasil ***service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (hipotesis diterima)**

- 3) Diketahui nilai koefisien jalur (original sample) *sharia compliance* terhadap layanan *digital banking* adalah 0,439, yakni bernilai positif, yang berarti *sharia*

compliance berpengaruh positif terhadap layanan *digital banking*. Diketahui nilai $p\text{-Values} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan *sharia compliance* berpengaruh signifikan terhadap layanan *digital banking*.

Berdasarkan hasil tersebut, maka di peroleh hasil ***sharia compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan *digital banking* (hipotesis diterima)**

- 4) Diketahui nilai koefisien jalur (original sample) *service quality* terhadap layanan *digital banking* adalah 0,304, yakni bernilai positif, yang berarti *service quality* berpengaruh positif terhadap layanan *digital banking*. Diketahui nilai $p\text{-Values} = 0,013 < 0,05$, maka dapat disimpulkan *service quality* berpengaruh signifikan terhadap layanan *digital banking*.

Berdasarkan hasil tersebut, maka di peroleh hasil ***service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap layanan *digital banking* (hipotesis diterima)**

- 5) Diketahui nilai koefisien jalur (original sample) layanan *digital banking* terhadap loyalitas nasabah adalah 0,342, yakni bernilai positif, yang berarti layanan *digital banking* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Diketahui nilai $p\text{-Values} = 0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan layanan *digital banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil tersebut, maka di peroleh hasil **layanan *digital banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (hipotesis diterima)**

5. Uji Mediasi

Tabel 4.20. Analisis Indirect Effects

	specific indirect effects
<i>Sharia compliance</i> -> Layanan <i>Digital Banking</i> -> Loyalitas Nasabah	0,150
<i>Service Quality</i> -> Layanan <i>Digital Banking</i> -> Loyalitas Nasabah	0,104

Tabel diatas menunjukkan besarnya indirect effects *Sharia compliance* dan *Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah melalui Layanan *Digital Banking*. Hasil perhitungan menghasilkan nilai indirect effects *Sharia compliance* terhadap Loyalitas Nasabah melalui Layanan *Digital Banking* senilai 15,0% sedangkan besarnya indirect effects *Service Quality* terhadap Loyalitas Nasabah melalui Layanan *Digital Banking* senilai 10,4 %. Indirect effects paling besar ialah variabel *Sharia compliance*.

Tabel 4.21. Pengaruh Tidak Langsung

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
<i>Sharia compliance</i> -> Layanan <i>Digital Banking</i> -> Loyalitas Nasabah	0,150	0,158	0,061	2,475	0,014
<i>Service Quality</i> -> Layanan <i>Digital Banking</i> -> Loyalitas Nasabah	0,104	0,102	0,047	2,212	0,027

- 1) Berdasarkan hasil pengujian mediasi pada tabel diketahui pengaruh tidak langsung *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah melalui layanan *digital banking* adalah 0,150 (kolom original sample). Diketahui nilai P-values = 0,014, maka dapat di simpulkan layanan *digital banking* memediasi hubungan antara *sharia compliance* dan loyalitas nasabah. Dengan kata lain, *sharia compliance* secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui layanan *digital banking*.
- 2) Berdasarkan hasil pengujian mediasi pada tabel diketahui pengaruh tidak langsung *service quality* terhadap loyalitas nasabah melalui layanan *digital banking* 0,104 (kolom original sample). Diketahui nilai P-values = 0,027, maka dapat di simpulkan layanan *digital banking* signifikan

memediasi hubungan antara *service quality* dan loyalitas nasabah. Dengan kata lain, *service quality* secara tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui layanan *digital banking*.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Sharia compliance* (X1) Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Mobile (Y)

Peraturan kepatuhan syariah adalah salah satu aspek hukum industri keuangan Islam. Kepatuhan syariah merupakan aspek penting dalam manajemen dan operasional industri keuangan syariah. Bank BSI menggambarkan secara jelas dan tegas seluruh kegiatannya. Adanya prinsip kepatuhan syariah akan berdampak pada pengawasan terhadap kegiatan operasional bank syariah untuk memastikan prinsip syariah tidak dilanggar.⁵

Hasil analisis jalur inner model, membuktikan *Sharia compliance* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Pada koefisien jalur senilai 0,215 dan p-values senilai 0,046. Karena p-values senilai 0,046 < 0,05 artinya berpengaruh signifikan. Koefisien jalur positif senilai 0,215 maka pengaruh keduanya searah. Berarti, jika semakin baik *Sharia compliance*, maka semakin baik pula Loyalitas Nasabah. Dimana dapat ditarik kesimpulan bahwa average tertinggi dari jawaban yang diberikan oleh responden terdapat pada indikator pertama yaitu “Bank BSI Menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti” dengan skor 4,59 (indikator bebas maysir (spekulasi), sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator 4 dan 7 dengan skor 4,42 yaitu “Bank BSI hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal” (indikator Perusahaan menjalankan bisnis bergantung pada keuntungan yang halal) dan “Saya yakin terbebas dari riba pada transaksi BSI Mobile” (indikator bebas dari riba (bunga).

Temuan penelitian pada nasabah Bank Syariah Indonesia mengungkapkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif

⁵ Harahap, Agus Salim, and Saparuddin Siregar. "Kepatuhan Syariah Aspek Bagi Hasil Perbankan syariah." In *Seminar Nasional Teknologi Komputer & Sains (SAINTEKS)*, vol. 1, no. 1, 2020, 15.

signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini didukung oleh teori TAM (technology acceptance model) mengenai adanya kemudahan yang diberikan oleh sistem teknologi yang dapat dipandang usaha yang tidak sulit untuk dimengerti dalam kinerja seseorang. Hal ini dapat dilakukan dengan cara setiap fitur yang ada pada BSI Mobile diberikan kejelasan dan kepastian.

Hasil penelitian di lapangan didukung penelitian Ahmad Dzul dan Akramunnas, yang menunjukkan bahwa *Sharia compliance* secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas Customer dan *Sharia compliance* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas customer.⁶

Semakin baik kepatuhan syariah diterapkan dalam praktik perbankan, maka nasabah akan semakin yakin bahwa transaksinya sesuai dengan syariah Islam, dan nasabah akan terus mempercayai dan menggunakan produk tersebut. Dan adanya kepatuhan syariah akan menimbulkan loyalitas nasabah.⁷

2. Pengaruh *Service Quality* (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Mobile (Y)

Service Quality merupakan hal yang penting dalam membentuk kepuasan konsumen dan juga berkaitan erat dengan profitabilitas perusahaan. Loyalitas pelanggan tentunya akan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya kualitas pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, keberadaan layanan seluler BSI yang memenuhi janjinya akan menumbuhkan rasa kepuasan pelanggan sehingga timbul rasa loyalitas pelanggan untuk menggunakan produk secara rutin.⁸

Hasil analisis jalur inner model, membuktikan *Service Quality* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas

⁶ Syarifuddin, Ahmad Dzul Ilmi, and Akramunnas Mahesa. "Bauran Pemasaran dan *Sharia compliance* Terhadap Loyalitas Pelanggan." *Laa Maisyir: Jurnal Ekonomi Islam* (2020): 57-73.

⁷ Nurhaliza, Nurhaliza. "Analisis Penerapan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Stabat." *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 1, no. 2 (2022): 163-175.

⁸ Adhari, Iendy Zelvian. *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*. Vol. 1. CV. Penerbit Qiara Media, 2021.

Nasabah (Y). Pada koefisien jalur senilai 0,317 dan p-values senilai 0,000. Karena p-values senilai $0,000 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan. Koefisien jalur positif senilai 0,215 maka pengaruh keduanya searah. Berarti, jika semakin baik *Service Quality*, maka semakin baik pula Loyalitas Nasabah. Hasil penelitian kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia, ditemukan *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, maka hipotesis kedua di terima.

Dimana disimpulkan nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator 2 dengan skor 4,63 yaitu “BSI mobile memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan” (indikator Fulfillment), sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator 6 dengan skor 4,43 yaitu “ Saya tertarik menggunakan aplikasi BSI Mobile karena sistem nya yang mudah” (indikator efesiensi).

Hasil penelitian pada Nasabah Bank Syariah Indonesia menemukan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah yang diperkuat dengan teori TAM (technology acceptance model) yang menyatakan bahwa pembahasan ini sejalan dengan persepsi manfaat. Kegunaan yang dirasakan merupakan penilaian terhadap adanya prospek (harapan baik) yang bersumber dari sudut pandang pribadi, dengan maksud menggunakan sistem aplikasi tertentu untuk meningkatkan kualitas kerja dan kehidupan.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yulia Larasati dan Hardi Utomo terbukti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.⁹ Maka dapat disimpulkan jika BSI Mobile dapat memberikan pelayanan yang sesuai apa yang dijanjikan maka akan memunculkan rasa loyalitas nasabah. Oleh sebab itu BSI Mobile harus bisa memberikan ketepatan layanan yang sudah dijanjikan.

⁹ Putri, Yulia Larasati, and Hardi Utomo. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel intervening (Studi persepsi pada pelanggan dian comp ambarawa)." *Among Makarti* 10, no. 1 (2017) : 13.

3. Pengaruh *Sharia compliance* (X1) Terhadap Layanan *Digital Banking* (Z).

Pemanfaatan teknologi menjadi salah satu cara yang dapat digunakan bank syariah untuk memberikan kemudahan dan layanan transaksi berbiaya rendah kepada nasabah. Oleh karena itu, kepatuhan syariah merupakan komponen penting perbankan syariah, termasuk layanan e-banking. Fintech syariah mengacu pada layanan berbasis teknologi yang tidak melanggar prinsip syariah. Sepanjang layanan berbasis teknologi tidak melanggar prinsip syariah yang tidak jelas dan tidak pasti.¹⁰ BSI mengedepankan aspek syariah dalam layanan berbasis digitalisasi dengan menjalankan seluruh aktivitasnya secara jelas dan konsisten.

Hasil analisis jalur inner model, membuktikan *Sharia compliance* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Layanan *Digital Banking* (Z). Pada koefisien jalur senilai 0,439 dan p-values senilai 0,000. Karena p-values senilai $0,000 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan. Koefisien jalur positif senilai 0,439 maka pengaruh keduanya searah. Berarti, jika semakin baik *Sharia compliance*, maka semakin baik pula Layanan *Digital Banking*. Dengan hasil dari indikator tertinggi yaitu “Bank BSI Menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti” dengan skor 4,59 (indikator bebas maysir (spekulasi), sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator indikator 4 dan 7 dengan skor 4,42 yaitu “ Bank BSI hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal” (indikator Perusahaan menjalankan bisnis bergantung pada keuntungan yang halal) dan “Saya yakin terbebas dari riba pada transaksi BSI Mobile” (indikator bebas dari riba (bunga).

Hasil penelitian kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia, ditemukan *Sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap Layanan *Digital Banking* yang diperkuat dengan teori TAM (technology acceptance model) yang menekankan pentingnya persepsi manfaat dalam membentuk keinginan seseorang untuk menggunakan teknologi, khususnya perbankan digital, yang selaras dengan nilai-nilai Islam.

¹⁰ Dz, Abdus Salam. "Inklusi Keuangan Perbankan Syariah Berbasis Digital-Banking: Optimalisasi dan Tantangan." *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* 10, no. 1 (2018): 63-80.

Menurut penelitian oleh Tifani Nurmalia Widiya et al., menunjukkan bahwa *sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap layanan *digital banking*.¹¹ Hasil penelitian kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia, ditemukan *Sharia compliance* berpengaruh positif signifikan terhadap Layanan *Digital Banking*. Semakin baik kepatuhan syariah yang ada pada layanan digital banking maka akan semakin menumbuhkan rasa kepercayaan nasabah. BSI harus bisa mempertahankan penerapan *sharia compliance* dalam setiap aktivitas pada layanan digital banking.

4. Pengaruh *Service Quality* (X2) Terhadap Layanan *Digital Banking* (Z)

Kualitas pelayanan dapat dinilai dengan membandingkan tingkat kesesuaian antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang diterimanya. Dalam dunia perbankan, layanan digital yang ditawarkan bank sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi perbankan. Nasabah dapat menggunakan berbagai layanan, termasuk internet dan mobile banking.¹²

Hasil analisis jalur inner model, membuktikan *Service Quality* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Layanan *Digital Banking* (Z). Pada koefisien jalur senilai 0,304 dan p-values senilai 0,013. Karena p-values senilai $0,013 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan. Koefisien jalur positif senilai 0,304 maka pengaruh keduanya searah. Berarti, jika semakin baik *Service Quality* maka semakin baik pula Layanan *Digital Banking*. Hasil penelitian kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia, ditemukan *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Layanan *Digital Banking*, maka hipotesis keempat di terima.

Dimana disimpulkan nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator 2 dengan skor 4,63 yaitu "BSI mobile

¹¹ Widiya, Tifani Nurmalia, And Rini Safitri. "Pengaruh *Sharia compliance* Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Kc Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan Digital Banking: The Effect Of *Sharia compliance* On Customer Satisfaction At Bsi Kc Malang Soetta Mediated By Digital Banking Service." Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah 8, No. 2 (2022): 93-102.

¹² Valendia, Pika. "Analisis Penerapan Digital Banking Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Bank Syariah Indonesia Kc. S. Parman 2 Kota Bengkulu." Phd Diss., Uin Fatmawati Sukarno Bengkulu, 2023.

memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan” (indikator Fulfillment), sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator 6 dengan skor 4,43 yaitu “ Saya tertarik menggunakan aplikasi BSI Mobile karena sistem nya yang mudah” (indikator efesiensi)

Hasil penelitian kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia, ditemukan *Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap Layanan *Digital Banking* sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Davis mengenai perceived ease of use diantaranya dapat mudah untuk dipahami atau dipelajari (ease of learn). Dalam pembahasan ini sudah dalam mengoperasikan sistem tersebut yang disesuaikan dengan apa yang ingin pengguna kerjakan, seperti BSI Mobile telah memberikan pelayanan yang sesuai dengan apa yang kita butuhkan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ronny et al, yang menyatakan bahwa penelitian tersebut meneliti tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah dengan maksud agar dapat mempertahankan retensi nasabah. Dalam penelitian tersebut adanya *service quality* pada layanan *digital banking* mampu menumbuhkan beberapa manfaat untuk perkembangan sebuah perusahaan.¹³ Kualitas layanan digital merupakan upaya untuk memudahkan pelanggan dalam menemukan produk dan layanan yang diinginkan, sehingga harus dijalankan dengan sebaik-baiknya. Karena dalam hal ini seringkali pelanggan ragu untuk menggunakan produk dari suatu perusahaan jika pelayanan yang diterimanya di bawah standar.¹⁴

5. Pengaruh Layanan *Digital Banking* (Z) Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Mobile (Y)

Mobile banking merupakan suatu fasilitas layanan perbankan yang transaksinya dapat diakses melalui alat komunikasi seperti telepon seluler yang biasanya dilakukan secara manual, sehingga kegiatan yang dahulu dilakukan

¹³ Ronny, Ronny, Aniek Maschudah Ilfitriah, and Mochamad Nurhadi. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Menggunakan Electronic Banking." *Ekuitas (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 5, no. 3 (2021): 389-406.

¹⁴ Atmaja, Jaka. "Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada bank BJB." *Jurnal Ecodemica* 2, no. 1 (2018): 49-63.

nasabah dengan mengunjungi bank kini dapat dilakukan tanpa harus mengunjungi bank. toko; cukup dengan menggunakan ponsel pelanggan dapat menghemat waktu. dan biaya.¹⁵

Hasil analisis jalur inner model, membuktikan Layanan *Digital Banking* (Z) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Pada koefisien jalur senilai 0,342 dan p-values senilai 0,000. Karena p-values senilai $0,000 < 0,05$ artinya berpengaruh signifikan. Koefisien jalur positif senilai 0,342 maka pengaruh keduanya searah. Berarti, jika semakin baik Layanan *Digital Banking*, maka semakin baik pula Loyalitas Nasabah.

Dapat disimpulkan bahwa nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator 1 dengan skor 4,65 yaitu “Saya dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus bertemu langsung dengan pegawai bank” (indikator nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan Dimana saja), sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator 5 dengan skor 4,35 yaitu “Saya dapat menikmati sistem yang canggih serta dapat mempercepat pelayanan yang saya butuhkan”(indikator kemudahan).

Hasil penelitian kepada Nasabah Bank Syariah Indonesia, ditemukan Layanan *Digital Banking* berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, hal ini sejalan dengan teori TAM yang mengemukakan beberapa indikator mengenai perceived usefulness yaitu memberikan efektivitas (effectiveness). Layanan *mobile banking* merupakan aplikasi teknologi yang dirancang sebagai fitur layanan perbankan yang mudah diakses oleh nasabah sebagai pengguna, agar nasabah dapat merasakan manfaat dari penggunaan layanan BSI Mobile.

Hasil Penelitian di lapangan didukung oleh penelitian Nurdin Indah et al, menyatakan bahwa layanan digital banking berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Layanan yang memberikan kemudahan dan kecepatan layanan keuangan secara real time kepada nasabah, atau dapat diakses

¹⁵ Miftahuddin, Miftahuddin, And Decky Hendarsyah. "Analisis Perbandingan Fasilitas Aplikasi Mobile Banking Bank Syariah Mandiri Kcp. Bengkulu Dengan Bank Mandiri Kc. Bengkulu." *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 8, No. 1 (2019): 16-32.

kapan saja dan dari lokasi mana saja, dengan hal tersebut maka nasabah dapat menyelesaikan transaksi keuangan dengan cepat dan mudah karena tidak perlu datang ke kantor, sehingga menghemat waktu dan biaya transportasi.¹⁶

6. Layanan *Digital Banking* (Z) Memediasi *Sharia compliance* (X1) Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Mobile (Y)

Nasabah memilih bank syariah berdasarkan komitmennya dalam menganut dan menerapkan nilai-nilai syariah dalam layanan perbankannya. Kepatuhan syariah mempunyai dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah, khususnya melalui penggunaan layanan e-banking. Selain itu, bank juga harus menekankan aspek teoritis dan praktis agar nasabah memahami prinsip kepatuhan syariah.¹⁷

Analisis jalur inner model dan uji mediasi menyatakan bahwa variabel laten *Sharia compliance* (X1) secara tidak langsung berpengaruh pada Loyalitas Nasabah (Y) saat di mediasi oleh layanan *digital banking* (Z) koefisiennya senilai 0.150 dan p-value senilai 0.014. Artinya layanan *digital banking* dapat memediasi (partial mediation) hubungan *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah maka hipotesis ke di terima.

Dapat disimpulkan bahwa nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator 1 dengan skor 4,65 yaitu “Saya dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus bertemu langsung dengan pegawai bank” (indikator nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan Dimana saja), sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator 5 dengan skor 4,35 yaitu “Saya dapat menikmati sistem yang canggih serta dapat mempercepat pelayanan yang saya butuhkan”(indikator kemudahan).

¹⁶ Nurdin, Nurdin, Indah Musyawarah, Nurfitriani Nurfitriani, and Abdul Jalil. "Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu)." *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah* 2, no. 1 (2020): 87-104.

¹⁷ Octaviani, Annisa. "Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Kerja Karyawan Di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Majenang." PhD diss., IAIN Purwokerto, 2016.

Hasil pada penelitian ini sejalan dengan teori TAM yang telah dikembangkan juga memberikan persepsi bahwa kemudahan dalam penggunaan memiliki peranan yang lebih kompleks, hal ini disebabkan pada persepsi kemudahan penggunaan seseorang dalam memberikan penilaian terhadap kemudahan penggunaan (*perceived easy of use*) dan kemudahan untuk dipelajari (*easy of learning*) dari suatu teknologi informasi.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh Tifani Nurmala Widiya et al, menunjukkan bahwa Layanan *digital banking* mampu memediasi pengaruh *sharia compliance* terhadap loyalitas nasabah.¹⁸ Nasabah akan cenderung memilih bank syariah berdasarkan komitmennya dalam menganut dan menerapkan nilai-nilai syariah dalam layanan perbankannya karena itulah pentingnya BSI Mobile harus tetap menjaga akidah islam yang terkandung agar para nasabah tidak berpindah ke lain bank. Kejelasan dan kepastian dalam aktivitas BSI Mobile menumbuhkan rasa loyalitas pelanggan yang semakin kuat.

BSI Mobile mampu memberikan layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan, seperti tidak adanya riba., spekulasi, gharar. Pemberian pelayanan yang sesuai dengan apa yang nasabah butuhkan akan mendorong tingkat loyalitas nasabah. Diartikan bahwa penerapan *sharia compliance* yang baik dapat menambah peningkatan layanan *digital banking* yang berdampak pada tingkat loyalitas nasabah maka hipotesis keenam di terima.

7. Layanan *Digital Banking* (Z) Memediasi *Service Quality* (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Mobile (Y)

Pelaksanaan layanan prima oleh pihak perusahaan terhadap para pelanggan, baik itu ditunjukkan untuk pelanggan intern maupun ekstern mempunyai peran penting dalam bisnis karena kelangsungan perusahaan sangat tergantung dari loyalitas para pelanggan kepada perusahaan.

¹⁸ Widiya, Tifani Nurmala, And Rini Safitri. "Pengaruh *Sharia compliance* Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi Kc Malang Soetta Dimediasi Oleh Layanan *Digital Banking*: The Effect Of *Sharia compliance* On Customer Satisfaction At Bsi Kc Malang Soetta Mediated By *Digital Banking Service*." *Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 8, No. 2 (2022): 93-102.

Pemanfaatan teknologi informasi tidak dapat berfungsi secara efektif tanpa adanya sumber daya manusia yang unggul. Karena sumber daya manusia adalah yang akan menggunakan teknologi ini, maka mereka juga penting dan tidak bisa diabaikan dalam proses peningkatan layanan.¹⁹

Analisis jalur inner model dan uji mediasi menyatakan bahwa variabel *service quality* (X2) secara tidak langsung berpengaruh pada Loyalitas Nasabah (Y) saat di mediasi oleh layanan *digital banking* (Z) koefisiennya senilai 0.104 dan p-value senilai 0.027. Artinya layanan *digital banking* dapat memediasi hubungan *service quality* terhadap loyalitas nasabah.

Dapat disimpulkan bahwa nilai indikator tertinggi terdapat pada indikator 1 dengan skor 4,65 yaitu “Saya dapat berinteraksi dengan bank tanpa harus bertemu langsung dengan pegawai bank” (indikator nasabah dapat melakukan transaksi kapan saja dan Dimana saja), sedangkan nilai terendah didapatkan pada indikator 5 dengan skor 4,35 yaitu “Saya dapat menikmati sistem yang canggih serta dapat mempercepat pelayanan yang saya butuhkan”(indikator kemudahan).

Dalam penelitian ini sejalan dengan teori TAM perceived usefulness yang merupakan suatu penilaian adanya harapan baik yang berasal dari persepsi pribadi dengan menggunakan suatu sistem aplikasi tertentu, maka akan dapat meningkatkan kualitas kinerja maupun kualitas hidup seseorang serta memberikan keyakinan bahwa dengan adanya aplikasi akan dapat meningkatkan kinerja dirinya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Nurul Huda dan Sri Wahyuni menyatakan Kualitas layanan internet banking memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan. Dapat diartikan bahwa penerapan *service quality* yang baik dapat menambah peningkatan layanan *digital banking* yang

¹⁹ Muryani, Endang, Emma Budi Sulistiarini, Titi Savitri Prihatiningsih, Maulana Rezi Ramadhana, Marselinus Heriteluna, Ifdlolul Maghfur, Puji Hastuti, Madya Ahdiyati, Eva Desembrianita, and Agung Purnomo. *Manajemen sumber daya manusia*. Unisma Press, 2022.

berdampak pada tingkat loyalitas nasabah maka hipotesis ketujuh di terima.²⁰



²⁰ Huda, Nuril, Tutik Sri Wahyuni, and Fida Dinar Fauziyah. "Students' perceptions of online mathematics learning and its relationship towards their achievement." In *International Conference on Engineering, Technology and Social Science (Iconetos 2020)*, Atlantis Press, 2021: 15.