
Pengaruh Automatic Teller Machine (ATM), Mobile Banking, Keamanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia

Anisa Santalia¹, Mufti Alam Adha^{2*}, Sunu Prasetya Adi³

^{1,2,3} Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan

Article Info

Article history:

Received : 26/07/2024

Revised : 21/10/2024

Accepted : 22/10/2024

Keyword:

Automatic Teller Machine; Mobile Banking; Keamanan; Kepercayaan, Loyalitas Nasabah

DOI:

10.37366/jespb.v9i02.1801

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Keamanan, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia. Objek penelitian dari penelitian ini adalah seluruh masyarakat pengguna bank syariah indonesia di kota Yogyakarta. Lokasi penelitian ini tepatnya berada di kota Yogyakarta. Sampel 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia dengan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS versi 22. Hasil menunjukkan bahwa hasil uji variabel Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Keamanan, kepercayaan terhadap loyalitas nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F (80,861) > \text{nilai distribusi tabel } F (2,47)$. Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan dapat ditarik kesimpulan bahwa Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Keamanan, kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Mobile Banking, Keamanan, kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah bank syariah indonesia, sedangkan Automatic Teller Machine menunjukkan tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah bank syariah indonesia. Secara simultan variabel Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Keamanan, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah indonesia di kota Yogyakarta.

Corresponding Author:

Mufti Alam Adha

Prodi Perbankan Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Ahmad Dahlan

Email: mufti.alam@pbs.uad.ac.id

1. PENDAHULUAN

Indonesia dengan dukungan Bank Indonesia, memiliki sistem keuangan moderat yang berfokus pada pelayanan nasabah dan relationship marketing untuk menciptakan kepuasan dan loyalitas (Tamaruddin et al., 2020). Dalam beberapa dekade terakhir, perbankan Indonesia telah berkembang dengan mengadopsi prinsip syariah untuk menghindari riba, memenuhi kebutuhan masyarakat akan sistem perbankan yang sehat dan sesuai syariah, bahkan sebelum adanya dasar hukum formal (Ramayani et al., 2020). Perkembangan Bank Syariah Indonesia ditandai dengan meningkatnya aset pengguna bank syariah indonesia semakin bertambah setiap tahunnya seperti yang tertulis pada data Otoritas Jasa Keuangan Indonesia sebagai berikut:

Gambar 1. Diagram Pertumbuhan Aset Keuangan Syariah



Sumber: Otoritas Jasa Keuangan (2021)

Berdasarkan gambar 1, terlihat peningkatan aset keuangan syariah setiap tahun, termasuk lonjakan sebesar 410 M pada 2019-2020, menunjukkan perkembangan positif perbankan syariah di Indonesia. Untuk mempermudah nasabah, Bank Syariah Indonesia (BSI) menambah fasilitas seperti Automatic Teller Machine (ATM), yang berfungsi untuk berbagai transaksi seperti cek saldo, tarik tunai, isi pulsa, dan transfer uang, tersedia di banyak lokasi seperti tempat belanja, perumahan, dan tempat rekreasi (Wicaksono, 2019). Selain itu, BSI menciptakan aplikasi Mobile Banking, yaitu BSI Mobile, untuk memudahkan transaksi nasabah secara online. Aplikasi ini memungkinkan nasabah melakukan pengecekan saldo, transfer, pembayaran kebutuhan sehari-hari, dan pembayaran zakat kapan dan di mana saja melalui ponsel pribadi, sesuai dengan prinsip syariah yang diatur oleh fatwa Majelis Ulama Indonesia (Kartono et al., 2022).

Sistem keuangan senantiasa mengalami perkembangan, hal tersebut didasari oleh kebutuhan manusia yang senantiasa mengalami perubahan. Perubahan ini demikian cepat berotasi, terlebih lagi dengan masuknya digitalisasi di berbagai lini, termasuk pada lini keuangan (Rizkina et al., 2024). Sebagai manifestasi dari modernisasi, manusia tidak dapat dengan mudah menepikan perubahan dan dampak-dampak yang ditimbulkan. Lebih lanjut, modernisasi tidak mesti dihindari karena nampaknya itu sudah menjadi sesuatu yang wajar, maka dari itu sudah seharusnya kita dapat beradaptasi dengan perubahan yang tanpa mereduksi nilai dan akar dari sumber ajaran kita sebagai umat muslim, termasuk menikmati layanan teknologi modern yang ditawarkan oleh BSI (Arnita et al., 2023). Bank Syariah Indonesia sebagai lembaga yang bergerak di bidang layanan jasa keuangan menyadari betapa teknologi sangat menunjang kinerja perbankan (Yola, 2022). Layanan digital untuk menjawab kebutuhan transaksi nasabah telah diberikan sepenuhnya dalam menjawab efisiensi dan manfaat layanan. Semua fasilitas keuangan sudah diberikan kepada nasabah dengan harapan bahwa akan banyak nasabah yang terbantu dengan layanan tersebut. Akan tetapi meskipun demikian, kurangnya literasi keuangan digital dan kesadaran masyarakat pada lembaga perbankan syariah masih menjadi persoalan, yang sejatinya itu adalah persoalan klasik yang hingga saat ini masih mengemuka di tengah-tengah modernisasi keuangan (Istina et al., 2024).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) terus berupaya meningkatkan inklusi syariah lewat transaksi digital, salah satunya melalui BSI Mobile. Per Juni 2024, BSI mencatatkan pertumbuhan signifikan transaksi BSI Mobile sebesar 45,02% secara tahunan (year on year/yoy) (Kontan.co.id, 2024). Direktur Utama BSI Hery Gunardi mengatakan bahwa hingga Juni 2024, jumlah pengguna BSI Mobile mencapai 7,1 juta pengguna dan mencatatkan jumlah transaksi sebesar 247,5 juta transaksi dengan volume mencapai Rp299 triliun. Angka ini bertumbuh signifikan dibandingkan dengan pencapaian pada Juni 2023 ketika pengguna BSI Mobile tercatat mencapai 3,26 juta pengguna dengan jumlah transaksi sebanyak 170,7 juta transaksi dan volume transaksi Rp220,5 triliun (Kontan.co.id, 2024). Berdasarkan informasi tersebut peningkatan

transaksi digital pada BSI merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji secara mendalam, dapat dikatakan bahwasanya nasabah BSI dapat menyesuaikan dengan kemajuan teknologi. Sehingga transaksi keuangan sehari-hari dilakukan dengan cara non-tunai (*cashless*).

Kepercayaan nasabah terhadap bank timbul dari kepuasan menggunakan fasilitas e-banking, yang penting untuk hubungan jangka panjang. Bank membutuhkan nasabah yang loyal dan percaya pada keamanan layanan e-banking, terutama di tengah maraknya kejahatan elektronik (Kusuma, 2019). Kepercayaan ini bergantung pada kemampuan bank menjamin keamanan dan melindungi nasabah, serta menjaga reputasi baik (Lubis et al., 2022). Mengupayakan keamanan adalah cara untuk melindungi aset informasi dari ancaman, menjamin kontinuitas bisnis, dan mengurangi risiko (Aksa, 2020). Keamanan yang dirasakan nasabah menjadi faktor utama yang mempengaruhi minat mereka untuk menggunakan layanan e-banking (Nirwana, 2021). Aspek keamanan sangat penting dalam sistem informasi, terutama terkait data perbankan yang bersifat rahasia. Nasabah tidak akan beralih dari transaksi konvensional ke online jika kebutuhan keamanan mereka belum terpenuhi (Handinisari et al., 2022).

Seiring dengan perkembangan teknologi, kejahatan siber atau *cybercrime* juga meningkat, dengan karakteristik unik dibandingkan kejahatan konvensional. Serangan siber terhadap sistem Bank Syariah Indonesia baru-baru ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan nasabah mengenai keamanan data pribadi mereka. Dengan rata-rata 9.000-10.000 serangan per hari, BSI terus berkoordinasi dengan OJK, Bank Indonesia, dan lembaga pemerintah lainnya untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah. Evaluasi sistem keamanan sangat diperlukan untuk mencegah kejadian serupa di masa mendatang (Tambunan et al., 2023).

Menurut penelitian Putri et al. (2023) terdapat berbagai jenis *cybercrime* berdasarkan aktivitasnya: Hacking adalah menerobos program komputer milik orang lain; Defacing adalah mengubah halaman situs orang lain; Phishing memancing pengguna internet untuk memberikan informasi pribadi di situs yang telah diubah; Spamming adalah pengiriman berita atau iklan yang tidak diinginkan melalui email; dan Malware adalah program komputer yang mengeksploitasi kelemahan software, termasuk virus, worm, trojan horse, adware, dan browser hijacker. Semua jenis kejahatan ini berpotensi merugikan pengguna layanan e-banking dan menurunkan kepercayaan mereka terhadap sistem perbankan digital.

Penelitian ini mencoba menginvestigasi pengaruh perilaku keuangan nasabah yang mengalami perubahan dari transaksi tunai (*cash*) menjadi non-tunai (*cashless*), khususnya dalam transaksi keuangan harian. Hal ini menarik, karena adopsi terhadap penggunaan *mobile banking* semakin tinggi sehingga akses terhadap digitalisasi transaksi keuangan semakin luas ditengah masyarakat (Muzdalipah & Mahmudi, 2023). Perubahan perilaku konsumen ini perlu dilihat dari berbagai faktor yang mendasarinya, terutama kebutuhan akan transaksi keuangan harian yang selalu menuntut untuk praktis, cepat dan mudah (Jalal & Rokan, 2022). Sehingga pemerintah dan stakeholder perlu memperhatikan dengan baik hal-hal yang berkaitan dengan sistem keamanan dan kepercayaan masyarakat, khususnya dalam penggunaan *Automatic Teller Machine* (ATM) dan *Mobile Banking* (M-Banking).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. *Automatic Teller Machine* (ATM)

ATM adalah mesin elektronik yang memberikan pelayanan otomatis kepada nasabah (Husna, 2019). Faktor yang mempengaruhi pemanfaatan ATM oleh nasabah meliputi: (1) Kemudahan, di mana nasabah dapat memperoleh uang tunai dan melakukan transaksi 24 jam sehari, termasuk hari libur, tanpa harus ke bank; (2) Keamanan, karena nasabah merasa lebih aman menggunakan ATM daripada membawa uang tunai, terutama saat perjalanan jauh; (3) Pelayanan, yang berarti bantuan dan pengurusan kebutuhan

nasabah, juga menjadi faktor penting (Arnita et al., 2023).

2.2. Mobile Banking

Mobile Banking memudahkan nasabah dalam bertransaksi keuangan seperti transfer, belanja, dan bayar tagihan tanpa perlu ke ATM. BSI Mobile, selain mempermudah transaksi, juga menyediakan layanan islami seperti membayar zakat, membeli hewan qurban, dan mengecek waktu sholat (Pramudita, 2022). Aplikasi ini mengurangi kebutuhan untuk antri di kantor cabang atau ATM, dan mendukung ibadah dengan fitur seperti waktu salat dan Alquran, menjadikannya alat perbankan yang praktis dan lengkap untuk kebutuhan finansial dan spiritual nasabah (Nadia, 2022).

2.3. Keamanan

Keamanan merupakan kemampuan untuk melindungi informasi dan data nasabah dari ancaman dan penyalahgunaan. Tingkat keamanan yang tinggi dalam layanan mobile banking dapat meningkatkan minat nasabah untuk bertransaksi (Handinisari et al., 2022). Bank-bank di negara berkembang harus memperhatikan keamanan data nasabah dan layanan mereka, seperti BSI Mobile, yang bergantung pada keamanan internet. Insiden bocornya data nasabah akibat serangan siber dapat mengurangi loyalitas nasabah jika layanan tidak memberikan rasa aman (Binekasri, 2023).

2.4. Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesediaan menerima risiko dari pihak lain berdasarkan keyakinan bahwa pihak tersebut akan bertindak sesuai harapan, meskipun belum saling mengenal (Ledesman, 2018). Dimensi kepercayaan meliputi ketulusan, kemampuan, integritas, dan kesediaan untuk bergantung pada bank. Kepercayaan nasabah sangat penting bagi kelangsungan dan perkembangan perbankan syariah; tanpa kepercayaan, perkembangan bisa terhambat, sedangkan kepercayaan yang kuat mendukung hubungan baik dan pertumbuhan bank (Khoirun Nisa, 2018).

2.5. Loyalitas

Loyalitas nasabah adalah komitmen untuk terus membeli dari penyedia yang sama meskipun ada kemungkinan untuk berpindah (Junaedi, 2018). Adapun manfaat loyalitas nasabah bagi perbankan: (1) Meningkatkan pembelian dari nasabah yang loyal; (2) Mengurangi biaya pelayanan dibandingkan dengan biaya menarik nasabah baru; (3) Meningkatkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut, yang dapat membantu menarik pelanggan baru dan mengurangi biaya pemasaran (Salam & Habibah, 2021).

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini seluruh nasabah yang menggunakan Bank Syariah di Kota Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Adapun uji instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah dengan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolonieritas, dan uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji T (parsial), uji F (simultan), dan uji koefisien determinasi (R²).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menentukan apakah data tersebut valid atau tidak. Data dikatakan valid apabila nilai r hitung > nilai r tabel (Sugiyono, 2022).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Automatic Teller Machine (ATM)	X1.1	0,616	0,196	Valid
	X1.2	0,817	0,196	Valid
	X1.3	0,754	0,196	Valid
	X1.4	0,640	0,196	Valid
Mobile Banking	X2.1	0,616	0,196	Valid
	X2.2	0,817	0,196	Valid
	X2.3	0,754	0,196	Valid
	X2.4	0,640	0,196	Valid
Keamanan	X3.1	0,910	0,196	Valid
	X3.2	0,893	0,196	Valid
	X3.3	0,876	0,196	Valid
	X3.4	0,896	0,196	Valid
Kepercayaan	X4.1	0,591	0,196	Valid
	X4.2	0,844	0,196	Valid
	X4.3	0,618	0,196	Valid
	X4.4	0,698	0,196	Valid
Loyalitas Nasabah	Y1	0,584	0,196	Valid
	Y2	0,721	0,196	Valid
	Y3	0,800	0,196	Valid
	Y4	0,782	0,196	Valid

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa variabel ATM, mobile banking, keamanan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah memiliki nilai r hitung > r tabel (0,196). Ini menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini dinyatakan valid.

4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai sebuah kuesioner yang menjadi indikator pada suatu variabel. Data dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,70 (Sugiyono, 2022).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Alpha	N of Items	Keterangan
Automatic Teller Machine (ATM)	0,769	0,70	4	Reliabel
Mobile Banking	0,769	0,70	4	Reliabel
Keamanan	0,915	0,70	4	Reliabel
Kepercayaan	0,733	0,70	4	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,776	0,70	4	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui bahwa variabel ATM, mobile banking, keamanan, kepercayaan, dan loyalitas nasabah memiliki nilai cronbach's alpha > 0,70. Ini menunjukkan bahwa semua variabel pada penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik pada penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolonieriras, dan uji heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

4.8.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal. Dalam penelitian, uji ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, data dianggap berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis berikutnya (Ghozali, 2021).

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000
	Std. Deviation	0,94808525
Most Extreme Differences	Absolute	0,071
	Positive	0,064
	Negative	-0,071
Test Statistic		0,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 3, dapat diketahui bahwa terdapat nilai signifikansi sebesar 0,200 > 0,05. Ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara teratur atau normal dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

4.8.2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas untuk mengetahui apakah terdapat korelasi yang sempurna atau justru mendekati sempurna antara variabel independen pada suatu model regresi. Dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas adalah nilai Tolerance > 0,10 dan VIF <10 (Ghozali, 2021).

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Automatic Teller Machine	0,982	1,019
Mobile Banking	0,575	1,739
Keamanan	0,616	1,623
Kepercayaan	0,860	1,163

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai toleransi pada masing-masing variabel > 0,10 dan nilai VIF < 10. Ini menunjukkan bahwa data pada penelitian menandakan tidak terjadi multikolonieritas.

4.8.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan varian pada model regresi, yang dilakukan dengan metode uji glejser. Apabila pada bagian signifikan bernilai > 0,05, maka data dikatakan tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Ghozali, 2021).

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)					
1 Automatic Teller Machine	4,268	0,909		4,695	0,000
Mobile Banking	-0,102	0,061	-0,255	-1,666	0,099
Keamanan	-0,089	0,054	-0,218	-1,668	0,099
Kepercayaan	0,090	0,064	0,206	1,404	0,164

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa variabel ATM, mobile banking, keamanan, dan kepercayaan memiliki nilai signifikansi 0,909, 0,061, 0,054, 0,064 lebih besar dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan dapat digunakan untuk uji lebih lanjut.

4.4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda ini ialah uji analisis statistik dengan cara menghubungkan antar dua variabel atau justru lebih dari dua variabel X (X1, X2,...X3) dengan variabel Y atau dependen. Analisis regresi linier berganda ini merupakan uji utama setelah dilakukannya uji validitas serta reliabilitas, dan uji asumsi klasik (Ghozali, 2021).

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
	(Constant)	-.372	1.336		-.278	.781	
1	ATM	.025	.054	.023	.468	.641	.982
	Machine	.405	.053	.489	7.581	.000	.575
	Mobile Banking	.104	.040	.160	2.572	.012	.616
	Keamanan	.524	.060	.459	8.702	.000	.860

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 6, dari hasil analisis regresi linier berganda memiliki persamaan yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = -0,372 + 0,524X_1 + 0,405X_2 + 0,104X_3 + 0,025X_4 + e$$

Hasil dari persamaan regresi linier berganda dijelaskan melalui penjelasan berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) negatif sebesar -0,321 adalah Nilai konstanta negatif pada hasil persamaan regresi linear berganda Menurut Maylina dan Ade (2017), skala likert yang digunakan tidak memasukkan angka 0 (nol), tetapi range dari angka 1-10, sehingga variabel X1, X2, X3, dan X4 tidak mungkin sama dengan 0 (nol), karena itu konstanta negatif tersebut dapat diabaikan (Nurhidayati dan Kartika, 2018). Pada penelitian yang dilakukan Ghozali (2018), mengatakan bahwa konstanta negatif tidak menjadi persoalan dan bisa diabaikan selama model regresi sudah memenuhi asumsi, selama nilai slope tidak 0 (nol), maka tidak perlu memperdulikan konstanta negatif.
- 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel Automatic Teller Machine (X1) memiliki nilai sebesar 0,025 menyatakan bahwa jika Automatic Teller Machine mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,025. Hasil ini tidak signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t.
- 3) Nilai koefisien regresi untuk variabel Mobile Banking (X2) memiliki nilai sebesar 0,405 menyatakan bahwa jika Mobile Banking mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,405. Hasil ini signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t.
- 4) Nilai koefisien regresi untuk variabel keamanan (X3) memiliki nilai sebesar 0,104 menyatakan bahwa jika keamanan mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah indonesia akan mengalami peningkatan sebesar 0,104. Hasil ini signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t.
- 5) Nilai koefisien regresi untuk variabel kepercayaan (X4) memiliki nilai sebesar 0,524 menyatakan bahwa jika Kepercayaan mengalami kenaikan satu satuan, maka loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah akan mengalami peningkatan sebesar 0,524. Hasil ini signifikan pada alpha 5% dari hasil uji t.

Berdasarkan penjelasan persamaan dari regresi linier berganda diatas dapat disimpulkan bahwa variabel yang paling mempengaruhi dalam penelitian ini secara signifikan adalah variabel Kepercayaan yaitu sebesar 0,524 atau 5,24%.

4.5. Uji T (Parsial)

Uji T digunakan untuk menguji apakah variabel ATM, mobile banking, kepercayaan, dan keamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Ghozali, 2021).

Tabel 7. Hasil Uji T

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,372	1,336		-0,278	0,781
ATM	0,025	0,054	0,023	0,468	0,641
1 Mobile Banking	0,405	0,053	0,489	7,581	0,000
Keamanan	0,104	0,040	0,160	2,572	0,012
Kepercayaan	0,524	0,060	0,459	8,702	0,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 7, dapat dianalisis pengaruh secara parsial sebagai berikut :

1) Menguji Pengaruh Automatic Teller Machine terhadap Loyalitas Nasabah secara Parsial

Terlihat bahwa t hitung koefisien Automatic Teller Machine pada tabel sebesar 0,468. Sedangkan t tabel bisa ditentukan dari melihat tabel distribusi t dengan cara menghitung yaitu $\alpha = 0,05$ serta $df = n - k - 1 = 94$ maka didapatkan nilai distribusi t sebesar 1,985. Variabel Automatic Teller Machine dengan p-value memiliki nilai sebesar 0,641 > 0,05 sehingga dapat diartikan tidak signifikan, sedangkan nilai t didapatkan sebesar 0,468 yang lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,984. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Automatic Teller Machine secara Parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah Indonesia.

2) Menguji Pengaruh Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah secara Parsial

Terlihat bahwa t hitung koefisien Mobile Banking pada tabel sebesar 7,581. Sedangkan t tabel bisa ditentukan dari melihat tabel distribusi t dengan cara menghitung yaitu $\alpha = 0,05$ serta $df = n - k - 1 = 94$ maka didapatkan nilai distribusi t sebesar 1,985. Variabel Mobile Banking dengan p-value memiliki nilai 0,000 < 0,05 yang berarti signifikan, sedangkan jika total perhitungan t lebih tinggi dari distribusi tabel-t dapat dikatakan signifikan (7,581 > 1,985). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Mobile Banking berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia secara Parsial.

3) Menguji Pengaruh Keamanan terhadap loyalitas Nasabah secara parsial

Terlihat bahwa t hitung koefisien keamanan pada tabel sebesar 2,572. Sedangkan t tabel bisa ditentukan dari melihat distribusi t dengan cara menghitung yaitu $\alpha = 0,05$ serta $df = n - k - 1 = 94$ maka didapatkan nilai distribusi t sebesar 1,985. Variabel keamanan dengan p-value memiliki nilai 0,012 < 0,05 yang berarti signifikan, sedangkan jika total perhitungan t lebih tinggi dari distribusi dapat dikatakan signifikan (2,572 > 1,985). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variable keamanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah bank syariah variable secara Parsial.

4) Menguji Pengaruh Kepercayaan terhadap loyalitas Nasabah secara parsial

Terlihat bahwa t hitung koefisien kepercayaan pada sebesar 8,702. Sedangkan t bisa ditentukan dari melihat distribusi t dengan cara menghitung yaitu $\alpha = 0,05$ serta $df = n - k - 1 = 94$ maka didapatkan nilai distribusi t sebesar 1,985. Variabel kepercayaan dengan p-value memiliki nilai 0,000 < 0,05 yang berarti signifikan, sedangkan jika total perhitungan t lebih tinggi dari distribusi tabel-t dapat dikatakan signifikan

(8,702>1,985). Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variable kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia secara Parsial.

4.6. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menilai pengaruh keseluruhan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Keputusan diambil dengan membandingkan nilai Fhitung dengan level signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi Fhitung lebih kecil dari 0,05, maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2021).

Tabel 8. Hasil Uji F

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	302,972	4	75,743	80,861	0,000 ^b
	Residual	88,988	95	0,937		
	Total	391,960	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Automatic Teller Machine, Keamanan, Mobile Banking

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 8, dapat diketahui bahwa nilai perhitungan $F >$ nilai distribusi F ($80,861 > 2,31$). Dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa secara simultan antara variable Automatic teller machine, Mobile banking, Keamanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan Bank Syariah Indonesia.

4.7. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk dapat mengetahui tingkat dari hubungan antar variabel independen atau (X) dengan variabel dependen atau (Y), serta untuk mengetahui keterkaitan antara variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2021).

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,879a	0,773	0,763	0,96784

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Automatic Teller Machine, Keamanan, Mobile Banking

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) serta ditemukan nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,763 yang bermakna besarnya pengaruh dari keempatvariabel yaitu variabel ATM, mobile banking, kepercayaan, dan keamanan yakni sebesar 76,3% sedangkan sisanya yakni sebesar 23,7% yang dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak terdapat dalam penelitian.

4.8. Interpretasi

4.8.1. Pengaruh Automatic Teller Machine (ATM) terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uji T, variabel Automatic Teller Machine memiliki nilai signifikansi $0,641 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa variabel Automatic Teller Machine tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah indonesia. Perkembangan teknologi telah mengurangi kebutuhan akan uang tunai, karena banyak nasabah sekarang lebih sering menggunakan

kartu debit, kredit, dan layanan pembayaran digital untuk transaksi mereka. Akibatnya, permintaan untuk ATM untuk penarikan tunai mungkin tidak sebesar sebelumnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kaluku et al. (2018) yang menyatakan bahwa Automatic Teller Machine (ATM) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Keterbatasan jumlah ATM BSI, khususnya di Kota Yogyakarta, menyebabkan variabel ini tidak mempengaruhi loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

4.8.2. Pengaruh Mobile Banking terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uji T, variabel mobile banking memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa variabel Mobile Banking berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah indonesia. Mobile Banking secara signifikan meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia dengan menyediakan akses mudah untuk transaksi dan pemantauan rekening kapan saja melalui perangkat mobile. Kemudahan ini mengurangi kebutuhan untuk mengunjungi cabang atau ATM, meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, terutama bagi mereka yang memiliki jadwal sibuk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rouf et al. (2021) yang mengemukakan bahwa Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menabung dengan nilai signifikansi sebesar $0,033 < 0,05$. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian Faisal et al. (2020) yang menemukan bahwa Mobile Banking berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$.

4.8.3. Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uji T, variabel keamanan memiliki nilai signifikansi $0,012 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa variabel keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah indonesia. Keamanan memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia, karena nasabah mengutamakan perlindungan yang memadai untuk transaksi keuangan mereka. Sistem keamanan yang solid, termasuk enkripsi dan otentikasi dua faktor, memberikan jaminan bahwa dana nasabah aman dari penyalahgunaan atau pencurian, sehingga memperkuat kepercayaan dan loyalitas mereka terhadap bank.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Setyorini & Ratno (2020) yang mengemukakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian Kaluku et al. (2018) yang menemukan bahwa keamanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,032 < 0,05$.

4.8.4. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Bank Syariah Indonesia

Berdasarkan uji T, variabel kepercayaan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,641 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan bank syariah indonesia. Kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia karena kepercayaan merupakan dasar utama hubungan antara nasabah dan bank. Ketika nasabah merasa yakin terhadap bank, mereka cenderung tetap setia dan terus menggunakan layanan yang disediakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Lontoh (2017) yang mengemukakan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$. Hasil yang sama juga ditemukan dalam penelitian Kaeng et al. (2014) yang menemukan bahwa Loyalitas nasabah berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

4.8.5. Pengaruh Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Keamanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan uji F, variabel Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Keamanan, Kepercayaan terhadap loyalitas nasabah memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F sebesar $80,861 > 2,47$. Ini menunjukkan bahwa Automatic Teller Machine, Mobile Banking, Keamanan, kepercayaan berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia.

Secara keseluruhan, ATM, Mobile Banking, Keamanan, dan Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia. ATM dan Mobile Banking mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi kapan saja, meningkatkan kepuasan dan loyalitas dengan menawarkan kenyamanan dan efisiensi. Keamanan yang kuat memberikan rasa aman dan membangun kepercayaan, sementara kepercayaan itu sendiri merupakan fondasi penting dalam hubungan nasabah dengan bank. Kombinasi faktor-faktor ini memperkuat loyalitas nasabah dan dapat mendukung pertumbuhan serta retensi nasabah melalui layanan yang baik dan responsif.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel Automatic Teller Machine (ATM), Mobile Banking, dan Keamanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan ATM yang baik, akses mudah melalui aplikasi mobile banking, dan keamanan yang terjaga dengan baik semua berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia. Namun, variabel Kepercayaan tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, karena faktor lain seperti kenyamanan dan nilai tambah lebih dominan. Secara keseluruhan, semua variabel ATM, mobile banking, keamanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

REFERENSI

- Achmad, L. I., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2024). Analisis Pengaruh Bagi Hasil, Inflasi, Nilai Tukar, dan Bi-Rate Terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Bjb Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(5), 4911-4928.
- Ainulyaqin, M. H., Rakhmat, A. S., Achmad, L. I., Yudianto, A., & Badriyah, S. (2024). Penerapan UU No. 8 Tahun 2016 Tentang Disabilitas Pada Pelayanan Perbankan Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1422-1436.
- Ainulyaqin, M. H., Rakhmat, A. S., Achmad, L. I., & Fahamsyah, M. H. (2024). Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Pembiayaan Mitra Emas iB Masalah: Antara Physical Evidence, Promise, dan Customer Centric. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 389-400.
- Ainulyaqin, M. H., Achmad, L. I., Mamun, S., & Anggadita, I. (2024). Minat Pedagang Muslim Menabung Di Perbankan Syariah: Seberapa Besar Pengaruh Pengetahuan dan Budaya Kerja?. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 490-497.
- Ainulyaqin, M. H., Rakhmat, A. S., Edy, S., & Maharani, S. (2023). Analisis Dana Pihak Ketiga (DPK), Risiko

- Dan Fee Based Income (FBI) Terhadap Pembiayaan Bagi Hasil Pada Bank Umum Syariah. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 8(1), 196-207.
- Aksa, R. (2020). *Pengaruh Tignkat Keamanan, Kemudahan, dan Kepercayaan Menggunakan Fasilitas Mobile Banking Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Palopo Ratulangi*.
- Arnita, N., Yarmunida, M., & Sumarni, Y. (2023). Pengaruh Self Service Technology (Sst) Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Layanan Digital (Study Kasus Bank Syariah Indonesia). *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(1), 72-80. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(1\).12784](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(1).12784)
- Bernadinus Pramudita. (22 C.E.). Optimalkan Mobile Banking Untuk Penuhi Ekspektasi Milenial dan Gen Z. <https://Mitracommm.Com/>, 3.
- Binekasri, R. (2023). *Perkuat Keamanan Digital, BSI Gandakan Capex IT jadi Rp580 M*. CNBC Indonesia.
- Fahamsyah, M. H., & Hamdan'Ainulyaqin, M. (2023). A Bibliometric Analysis of Profit Loss Sharing (PLS) in Islamic Banking Research Using Vosviewer Application. *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 7(1), 126-142.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handinisari, H., Muhlisin, S., & Yono, Y. (2022). Pengaruh Keamanan, Kemudahan dan Kepercayaan Nasabah Bank Syariah Indonesia Terhadap Minat Bertransaksi Menggunakan Layanan Mobile Banking. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(3), 818-828. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i3.2076>
- Husna, N. (2019). *pengaruh ATM terhadap keputusan nasabah pada bank syariah mandiri.pdf*.
- Istina, S., Adha, M. A., & Riduwan, R. (2024). Moderating Role of Religiosity on Islamic Financial Inclusion & Literacy on the Decision to Save at Islamic Banks. *AL-AMWAL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 16(1), 51-65. <https://doi.org/10.70095/amwal.v>
- Jalal, A., & Rokan, M. K. (2022). Implementasi Strategi Pemasaran Bank Syariah Indonesia KCP Medan Pulo Brayon Dalam Peningkatan Pembiayaan Usaha Mikro. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 2(2), 96-111.
- Junaedi, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah bank Syariah (Studi pada Nasabah Bank Syariah di Propinsi Riau). In *Jurnal Aplikasi Manajemen* (Vol. 10, Issue 1, pp. 161-176).
- Kartono, K., Trihantana, R., & Kusumaningrum, R. (2022). Preferensi Masyarakat Kecamatan Pamijahan Dalam Pemanfaatan Self-Service Technologies Dibank Syariah. *Sahid Banking Journal*, 1(01), 28-44. <https://doi.org/10.56406/sahidbankingjournal.v1i01.18>
- Khoirun Nisa, A. (2018). *Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI Syariah KC Tanjungkarang)*.
- Kontan.co.id. (2024). *Transaksi Digital Banking BSI Naik 45,02% per Juni 2024*. <https://Keuangan.Kontan.Co.Id/News/Transaksi-Digital-Banking-Bsi-Naik-4502-per-Juni-2024>.
- Kusuma, noviana landy. (2019). *pengaruh keamanan, kepuasan, kemudahan dan kepercayaan terhadap loyalitas pengguna mobile banking banki BNI Syariah*. 1-133.
- Ledesman, M. (2018). Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1-112.
- Lubis, A., Effendi, I., & Rosalina, D. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kota Medan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*,

- 3(4), 896–902. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1600>
- Muzdalipah, & Mahmudi. (2023). Digitalisasi Perbankan Syariah : Penggunaan Bsi Mobile Di Era Generasi Milenial Di Kota Yogyakarta. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 12(1), 12. <https://doi.org/10.35906/equili.v12i1.1241>
- Nadia, H. (2022). Analisis Tingkat Literasi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry). *Skripsi*, 33, 1–12.
- Nirwana, B. E. (2021). Pengaruh Tingkat Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan Dan Ketersediaan Fitur Terhadap Minat Menggunakan Layanan Mobile Banking Bank NTB Syariah Untuk Pembayaran Online Shop. In *Tesis Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Mataram* (Issue 1).
- Nurhaya, L. I. A., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2024). Analisis Pengaruh Bagi Hasil, Inflasi, Nilai Tukar, dan Bi-Rate Terhadap Dana Pihak Ketiga pada Bank Bjb Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6 (5), 4911–.
- Nurzaqiah, N., Ainulyaqin, M. H., Achmad, L. I., & Edy, S. (2024). Analisis Manajemen Risiko Keamanan Self-Service Technology Perbankan Syariah. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3564–3578.
- Putri, D., Ningrum, S., & Robekha, J. (2023). Analisa Yuridis Dalam Kasus Kejahatan Siber Terhadap Internet Banking di Indonesia. *PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 765–776.
- Ramayani, Kismawadi, E. R., & Chalil, R. D. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Manfaat Dan Kemudahan Terhadap Penggunaan Mobile Banking. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 93–108. <https://doi.org/10.32505/jim.v2i2.2638>
- Rizkina, E., Adha, M. A., & Wijaya, A. P. (2024). Effects Of Brand Image, Rate of Profit-Sharing Ratio, Contract Application, And Trust On The Customers' Decision To Save At Islamic Banks. *JIMEBIS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(1), 34–42.
- Sakum, S., Ainulyaqin, M. H., Achmad, L. I., & Mamun, S. (2024). Strategi Pemasaran Batara Haji Dan Umrah iB Bank Tabungan Negara Syariah Ditinjau Dengan Analisis SOAR. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 2002–2009.
- Salam, A., & Habibah, M. (2021). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah dengan Keputusan Menjadi Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi pada BPD Jateng Syariah, BRI Syariah dan Bank Muamalat) di Kota Semarang. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(1), 33. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i1.11461>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Tamaruddin, Firdaus, A., & Endri. (2020). Customer Satisfaction Mediates the Effect of Self Service Technology on Customer Loyalty in of Islamic Bank E-Banking Services in Indonesia. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 5(2), 1–15.
- Tambunan, N., Fitri Wulandari, A., Pangesti, A. N., Anggraini, A., Tunnaja, S., Dewi Gita, A., & Rusmarhadi, I. (2023). Berita Utama Tentang Error Service Di Bank Syariah Indonesia (Bsi). *Community Development Journal*, 4(2), 5096–5098.
- Wicaksono, B. S. (2019). Pengaruh Self-Service Technology Terhadap Kepercayaan, Kepuasan Nasabah , Dan Loyalitas Nasabah (Survei Pada Nasabah Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk . Kantor Cabang Malang Kawi Kanwil Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 25(2), 1–10.
- Yola, L. F. (2022). *Pengaruh Digital Marketing, Brand Image Dan Pengetahuan Produk Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di BSI Kota Tangerang*.