

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEAMANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING**

(Studi Empiris pada Nasabah Pengguna Aplikasi BYOND by BSI di BSI KCP
Pekalongan Kajen)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagai syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh :

KUSNUL KHOTIMAH

NIM. 40222088

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2026

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kusnul Khotimah

NIM : 40222088


Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEAMANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna Aplikasi BYOND by BSI di BSI KCP Pekalongan Kaje)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 06 Maret 2026

Yang Menyatakan,




Kusnul Khotimah

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri.Kusnul Khotimah

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Perbankan Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Kusnul Khotimah

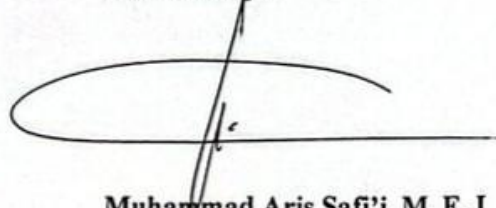
NIM : 40222088

Judul skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEAMANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna Aplikasi BYOND by BSI di BSI KCP Pekalongan Kajen)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 06 Maret 2026
Pembimbing,



Muhammad Aris Safi'i, M. E. I
NIP. 198510122015031004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : Kusnul Khotimah
NIM : 40222088
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEAMANAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna Aplikasi BYOND by BSI di BSI KCP Pekalongan Kajen)
Dosen Pembimbing : Muhammad Aris Safi'i, M.E.I

Telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 14 Maret 2026 dan dinyatakan **LULUS**, serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dewan Penguji,

Penguji I

Penguji II


Muhamad Masrur, M.E.I.
NIP. 197912112015031001


Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I.
NIP. 199002122019031006

Pekalongan, 14 Maret 2026
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. AM. Moh. Khafidz Ma'sum, M.Ag.
NIP. 196706162003121003

MOTTO

*“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah,
tapi 2x Allah berjanji bahwa: Fa inna ma’al usri yusra,*

Inna ma’alusri yusra”

(Q.S. Al-Insyirah 94: Ayat 5-6)

*“Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, Keberhasilan adalah kepunyaan
mereka yang senantiasa berusaha”*

(B.J. Habibie)

*“Berbagai cobaan dan hal yang buat kau ragu, Jadikan percikan tuk menempa
tekadmu, Jalan hidupmu hanya milikmu sendiri”*

(Daniel Baskara Putra, Hindia)

*“Sebutlah namaNya, Tetap di jalanNya, Kelak kau mengingat, Kau akan
teringat”*

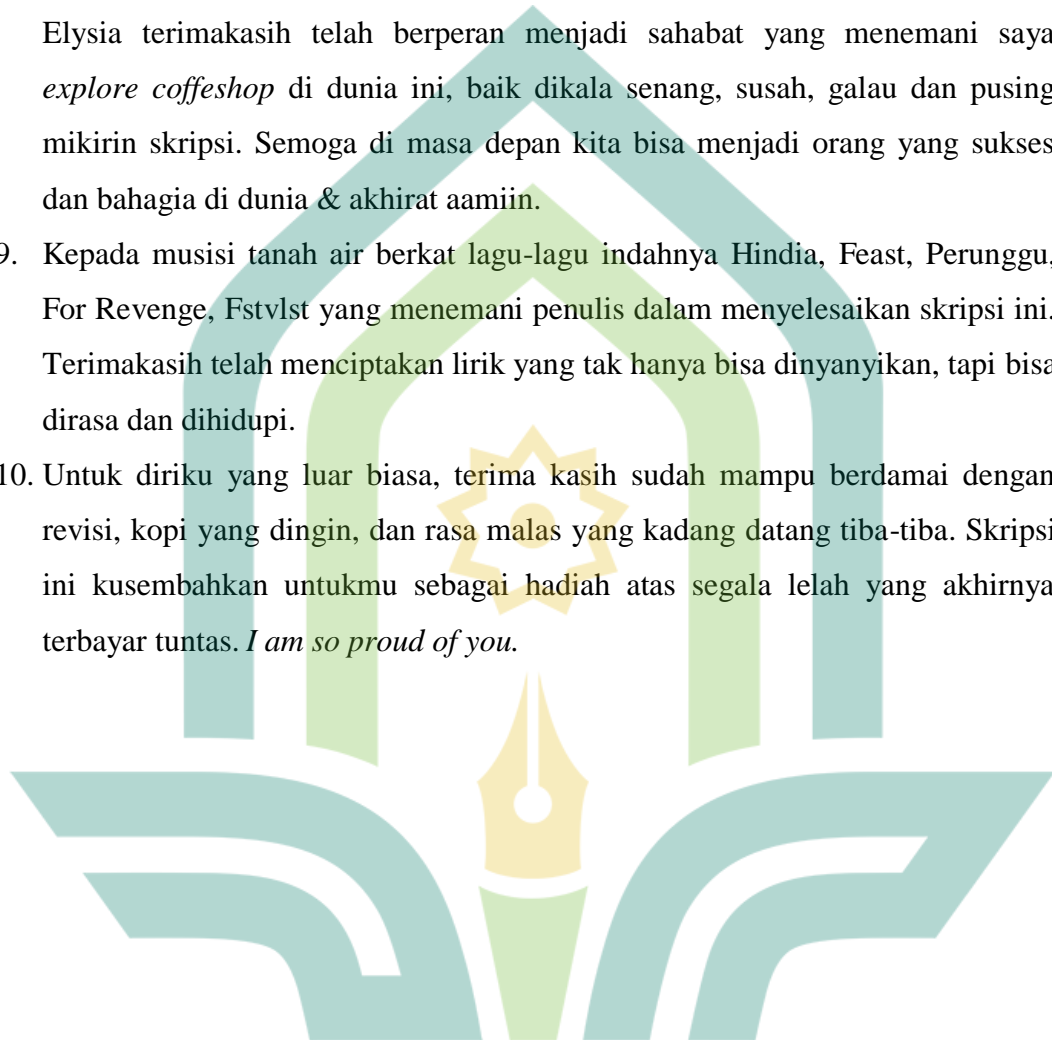
(33x, Perunggu)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan meteril maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Allah SWT. atas limpahan kesehatan, kekuatan dan rahmat serta karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua saya, Bapak Moh. Shodiqin dan Ibu Salfiyati yang selalu memberikan dukungan, doa serta motivasi kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan.
3. Keluarga saya, yang selalu memberikan semangat supaya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Almamater saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Dosen Pembimbing Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberi motivasi kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan.
6. Dosen Wali saya Bapak M. Rosyada, M.M. yang telah membimbing, memberikan arahan serta dukungan yang tak ternilai selama masa studi saya.

7. Seluruh Dosen dan Staf Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan selama masa studi.
8. Sahabat-Sahabat terbaik saya Friska, Devi, Esti dan terkhusus untuk Elisah & Elysia terimakasih telah berperan menjadi sahabat yang menemani saya *explore coffeshop* di dunia ini, baik dikala senang, susah, galau dan pusing mikirin skripsi. Semoga di masa depan kita bisa menjadi orang yang sukses dan bahagia di dunia & akhirat aamiin.
9. Kepada musisi tanah air berkat lagu-lagu indahny Hindia, Feast, Perunggu, For Revenge, Fstvlst yang menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah menciptakan lirik yang tak hanya bisa dinyanyikan, tapi bisa dirasa dan dihidupi.
10. Untuk diriku yang luar biasa, terima kasih sudah mampu berdamai dengan revisi, kopi yang dingin, dan rasa malas yang kadang datang tiba-tiba. Skripsi ini kusembahkan untukmu sebagai hadiah atas segala lelah yang akhirnya terbayar tuntas. *I am so proud of you.*



ABSTRAK

KUSNUL KHOTIMAH. Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna Aplikasi BYOND by BSI di BSI KCP Pekalongan Kajen)

Perkembangan layanan perbankan digital menuntut bank untuk menjaga loyalitas nasabah melalui peningkatan kualitas layanan, penguatan keamanan sistem, dan pembentukan citra perusahaan yang positif. Bank Syariah Indonesia menghadirkan aplikasi BYOND by BSI sebagai inovasi layanan digital. Namun, loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh faktor-faktor tersebut, melainkan juga oleh tingkat kepercayaan nasabah. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas layanan, keamanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan kepercayaan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *Partial Least Square* (PLS) melalui SmartPLS 4.0. Sampel penelitian berjumlah 100 responden pengguna BYOND by BSI di BSI KCP Pekalongan Kajen yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Evaluasi model dilakukan melalui uji *R-Square*, *Goodness of Fit* (GoF), serta pengujian hipotesis dengan teknik *bootstrapping*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai Original Sample (O) sebesar 0,285, t-statistik 2,808, p-value 0,005. Keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan nilai O sebesar 0,130, t-statistik 2,034, p-value 0,042. Citra perusahaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan nilai O sebesar -0,209, t-statistik 2,219, p-value 0,027. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas dengan nilai O sebesar 0,537; t-statistik 6,456, p-value 0,000. Selain itu, kualitas layanan (O = 0,230, p = 0,044), keamanan (O = 0,222, p = 0,036), dan citra perusahaan (O = 0,313, p < 0,05) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Nilai *R-Square* menunjukkan bahwa 30,2% variasi kepercayaan dan 49,6% variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh model penelitian, sedangkan nilai GoF sebesar 0,518 menunjukkan model memiliki tingkat kecocokan yang sangat baik. Hasil ini menegaskan bahwa kepercayaan berperan sebagai variabel intervening dalam memediasi pengaruh kualitas layanan, keamanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Keamanan, Citra Perusahaan, Kepercayaan, Loyalitas Nasabah.

ABSTRACT

KUSNUL KHOTIMAH. *The Influence of Service Quality, Security, and Company Image on Customer Loyalty with Trust as an Intervening Variable (An Empirical Study of Customers Using the BYOND by BSI Application in BSI KCP Pekalongan Kajen)*

The development of digital banking services requires banks to maintain customer loyalty by improving service quality, strengthening system security, and establishing a positive corporate image. Bank Syariah Indonesia presents the BYOND by BSI application as a digital service innovation. However, customer loyalty is not only directly influenced by these factors, but also by the level of customer trust. This study aims to analyze the effect of service quality, security, and corporate image on customer loyalty with trust as an intervening variable.

This study uses a quantitative approach with the Partial Least Square (PLS) method through SmartPLS 4.0. The research sample consisted of 100 respondents who are BYOND by BSI users in Pekalongan Regency, selected using purposive sampling technique. Model evaluation was conducted through R-Square test, Goodness of Fit (GoF), and hypothesis testing with bootstrapping technique.

The results show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty with an Original Sample (O) value of 0.285, t-statistic of 2.808, and p-value of 0.005. Security also has a positive and significant effect on loyalty with an O value of 0.130, t-statistic of 2.034, and p-value of 0.042. Company image has a significant effect on loyalty with an O value of -0.209, t-statistic of 2.219, and p-value of 0.027. Trust has a positive and significant effect on loyalty with an O value of 0.537, t-statistic of 6.456, and p-value of 0.000.

In addition, service quality ($O = 0.230$, $p = 0.044$), security ($O = 0.222$, $p = 0.036$), and corporate image ($O = 0.313$, $p < 0.05$) have a positive and significant effect on trust. The R-Square value shows that 30.2% of the variation in trust and 49.6% of the variation in loyalty can be explained by the research model, while the GoF value of 0.518 shows that the model has an excellent level of fit. These results confirm that trust acts as an intervening variable in mediating the influence of service quality, security, and company image on customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Security, Corporate Image, Trust, Customer Loyalty*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

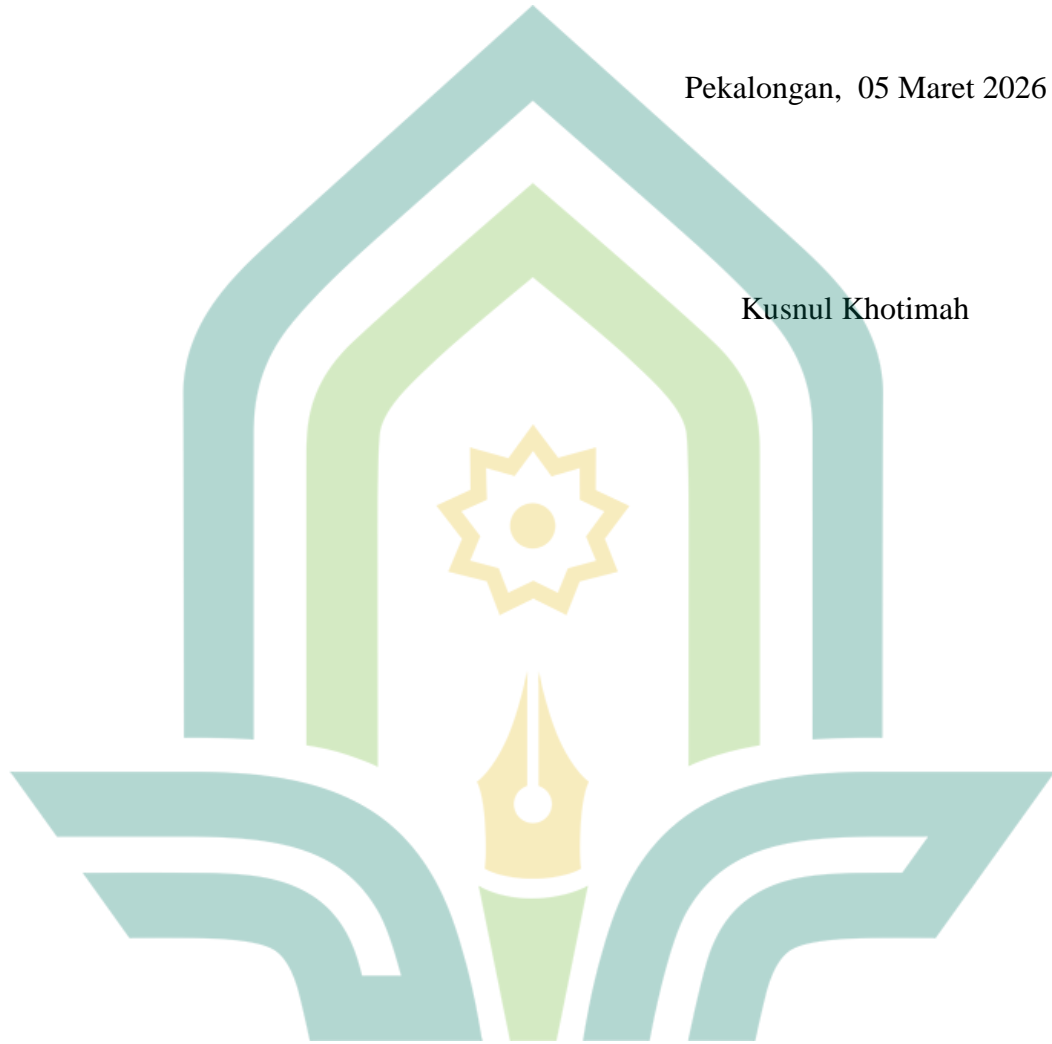
1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. Selaku Rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh Khafidz Ma'shum, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Kuat Ismanto, M.Ag. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak Drajat Stiawan, M.Si. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah FEBI UIN K.H Abdurrahman wahid Pekalongan
5. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga serta pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
6. Bapak M. Rosyada, M. M selaku Dosen penasehat Akademik (DPA).
7. Bapak Muhamad Masrur, M.E.I. Selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I. selaku Dosen Penguji 2
8. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan saya dukungan modal dan material.
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Saya berharap semoga semua pihak mendapatkan balasan dari Allah SWT atas kebaikan yang telah diberikan kepada saya. Semoga skripsi

ini dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca yang memerlukannya.

Pekalongan, 05 Maret 2026

Kusnul Khotimah



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Sistematika Pembahasan	8
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Teori Pertukaran Sosial (<i>Social Exchange Theory</i>).....	11
2. Loyalitas Nasabah.....	11
3. Kepercayaan	13
4. Kualitas Layanan	14
5. Keamanan	16
6. Citra Perusahaan	18
B. Telaah Pustaka	19
C. Kerangka Berfikir	30
D. Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian	36
B. Pendekatan Penelitian	36
C. Setting Penelitian	36
D. Populasi dan Sampel Penelitian	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
E. Variabel dan Indikator Penelitian	37
1. Variabel	37
2. Indikator	38
F. Sumber Data	39
G. Teknik Pengumpulan Data	39
H. Teknik Analisis Data	40
1. Metode Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	40
2. Metode Struktural atau <i>Inner Model</i>	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
1. Bank Syariah Indonesia (BSI)	44
2. Visi dan Misi	45
3. Struktur Organisasi	45
B. Hasil Penelitian	45
C. Hasil Analisis Data	50
1. Skema Model <i>Partial Least Square (PLS)</i>	50
2. Metode Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	51
3. Metode Struktural atau <i>Inner Model</i>	55
D. Hasil Pembahasan	58
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	65

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Dan Menteri Pendidikan Dan Kebudayaan RI no. 158/1977 dan no. 0543 b/ U/1987

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye

ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I

◌ُ	Dhammah	U	U
----	---------	---	---

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌ِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan i
◌ِو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

ذُكِرَ - zukira

يَذْهَبُ - yazhabu

سُئِلَ - su'ila

كَيْفَ - kaifa

هَؤُلَ - haula

C. Maddah

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

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
◌ِ... ا... ي...	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
◌ِ... ي...	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas

... ؤ	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas
-------	----------------	---	---------------------

Contoh:

قَالَ - qāla

رَمَى - ramā

قِيلَ - qīla

D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrahan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunkan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - rauḍah al-aṭfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah

طَلْحَةُ - talḥah

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang samadenganhuruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرِّ - al-birr

الْحَجَّ - al-hajj

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيْعُ - al-badī'u

الْجَلَالُ - al-jalālu

G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
شَيْئٍ	- syai'un
لِنَّ	- Ina
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn

Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

Wa auf al-kaila wa-almizān

Wa auf al-kaila wal mizān

إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ

Ibrāhīm al-Khalīl

Ibrāhīmūl-Khalīl

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

Bismillāhimajrehāwamursahā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti
manistaṭā'a ilaihi sabīla

Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti

manistaṭā'a ilaihi sabīlā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk

menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:



وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
أَنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّتِ مَبْرَأًا	Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsil allaḥi bibakkat amubārakan
شَهْرُ رَمَاطَانَ الَّذِي أَنْزَلَ فِيهِ الْقُرْآنَ	Syahrū Ramaḍān al-laḥi unzila fih al- Qur'ānu
وَلَقَدْ رَأَهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Syahrū Ramaḍān al-laḥi unzila fihil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَأَهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn Walaqadra'āhubil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Naṣrunminallāhiwafathunqarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amrujamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāhabikullisyai'in 'alīm

J. Tajwid

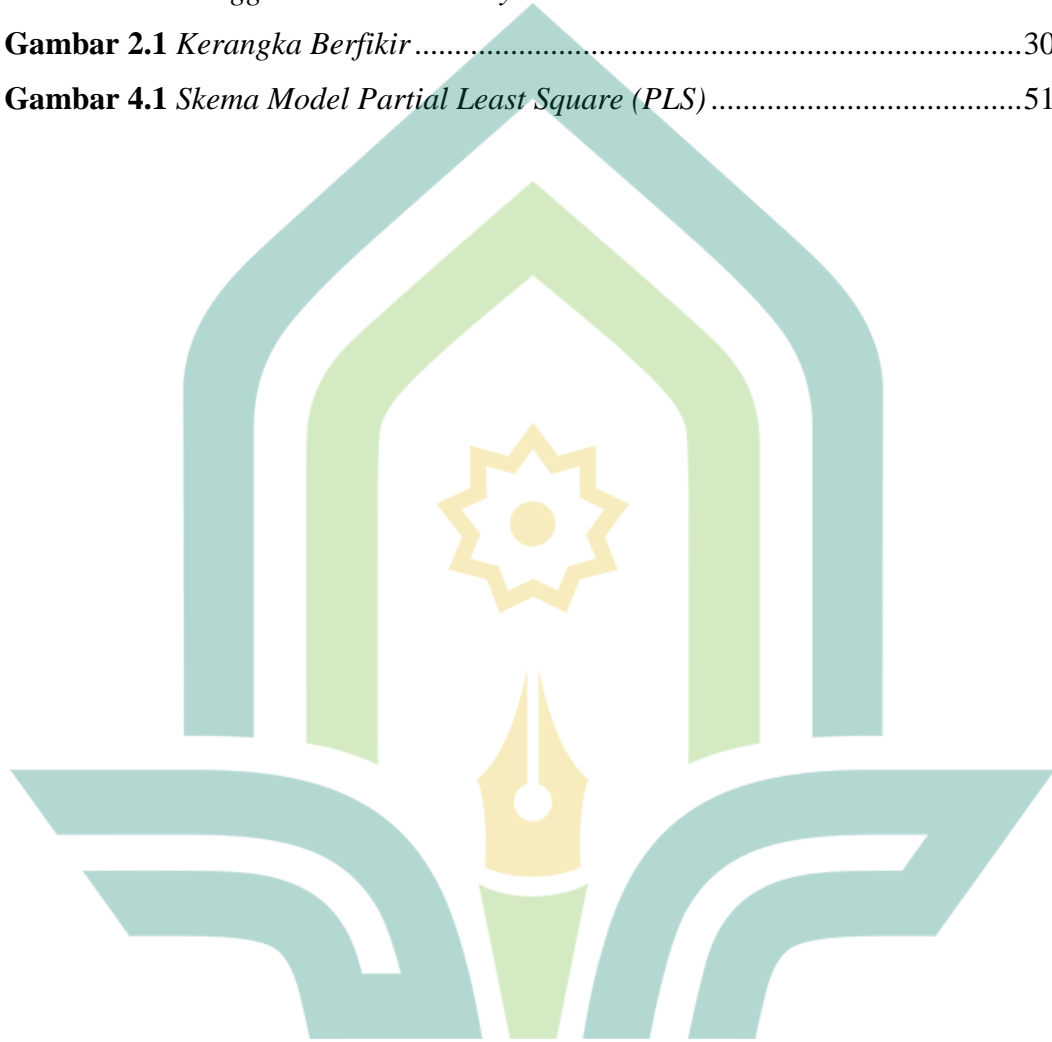
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu di sertai dengan pedoman Tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Penelitian Terdahulu</i>	20
Tabel 3.1 <i>Indikator Penelitian</i>	38
Tabel 3.2 <i>Skor Skala Likert</i>	40
Tabel 4.1 <i>Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	46
Tabel 4.2 <i>Karakteristik Berdasarkan Usia</i>	47
Tabel 4.3 <i>Karakteristik Berdasarkan Domisili</i>	47
Tabel 4.4 <i>Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan</i>	48
Tabel 4.5 <i>Karakteristik Berdasarkan Pendapatan</i>	48
Tabel 4.6 <i>Karakteristik Berdasarkan Kurun Waktu</i>	49
Tabel 4.7 <i>Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Penggunaan</i>	50
Tabel 4.8 <i>Outer Loading</i>	52
Tabel 4.9 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	53
Tabel 4.10 <i>Discriminant Validity</i>	54
Tabel 4.11 <i>Composite Reliability</i>	54
Tabel 4.12 <i>R-Square</i>	55
Tabel 4.13 <i>Hasil Uji t melalui Path Coefficient Teknik Bootstrapping</i>	57

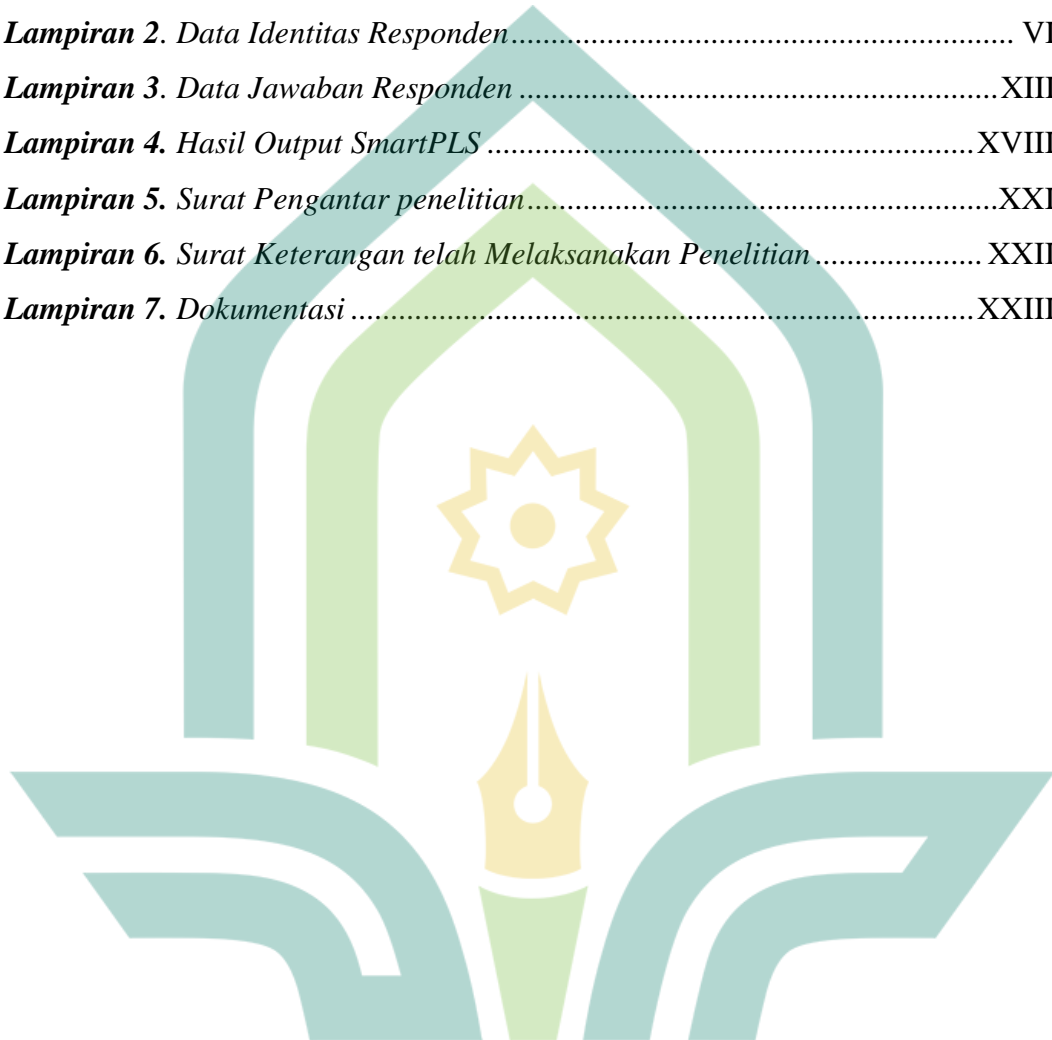
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Gangguan Sistem dan Layanan BSI</i>	1
Gambar 2.1 <i>Kerangka Berfikir</i>	30
Gambar 4.1 <i>Skema Model Partial Least Square (PLS)</i>	51



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1. Kuesioner Penelitian</i>	I
<i>Lampiran 2. Data Identitas Responden</i>	VI
<i>Lampiran 3. Data Jawaban Responden</i>	XIII
<i>Lampiran 4. Hasil Output SmartPLS</i>	XVIII
<i>Lampiran 5. Surat Pengantar penelitian</i>	XXI
<i>Lampiran 6. Surat Keterangan telah Melaksanakan Penelitian</i>	XXII
<i>Lampiran 7. Dokumentasi</i>	XXIII



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi digital mendorong perbankan untuk menyediakan layanan berbasis *mobile* sebagai bentuk kemudahan transaksi bagi nasabah. Salah satu inovasi layanan yang mengalami kemajuan signifikan adalah penggunaan *mobile banking*, termasuk di dalamnya aplikasi BYOND by BSI yang baru-baru ini dikembangkan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI). Aplikasi BYOND hadir sebagai evolusi sekaligus strategi transformasi digital dalam menjawab dinamika kebutuhan nasabah akan layanan yang lebih modern, aman, dan ramah pengguna. Kepercayaan tetap menjadi fondasi utama dalam industri ini, namun dalam beberapa waktu terakhir, loyalitas nasabah menjadi tantangan besar bagi BSI menyusul terjadinya gangguan sistem digital yang cukup serius.

Gambar 1.1 Gangguan Sistem dan Layanan BSI



Sumber: [instagram.com/banksyariahindonesia](https://www.instagram.com/banksyariahindonesia)

Sebagaimana terekam dalam gambar 1, insiden peretasan pada Mei 2023 telah menyebabkan kebocoran data sebesar 1,5 TB yang mencakup informasi sekitar 15 juta nasabah, serta melumpuhkan layanan digital selama beberapa hari. Kondisi ini tidak berhenti di situ, pada Februari 2025 gangguan layanan kembali terjadi yang mengakibatkan meluasnya keluhan nasabah, mulai dari ketidakmampuan menggunakan aplikasi *mobile banking*, kesulitan menyelesaikan transaksi, dan terakhir adalah masalah layanan

nasabah. Rentetan insiden ini secara langsung menimbulkan kekecewaan nasabah terhadap kualitas layanan dan keamanan sistem, yang jika tidak segera ditangani, berpotensi menggerus citra perusahaan serta loyalitas nasabah secara permanen. menjadi tantangan besar bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) menyusul terjadinya gangguan sistem digital yang cukup serius.

Sebagai bentuk mitigasi risiko dan upaya pemulihan kepercayaan publik tersebut, BSI menghadirkan aplikasi BYOND by BSI sebagai langkah transformasi digital sekaligus pengganti aplikasi BSI Mobile yang sebelumnya terdampak. Langkah tersebut sejalan dengan studi (Sudirman et al., 2022) yang menyatakan bahwa dalam ekosistem perbankan syariah digital, kualitas layanan dan persepsi risiko merupakan faktor determinan yang secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah. Lebih tepatnya yaitu menekankan bahwa efektivitas sebuah platform *mobile banking* sangat bergantung pada kemampuannya membangun kepercayaan nasabah melalui layanan yang stabil, di mana kepercayaan tersebut bertindak sebagai jembatan utama yang menghubungkan kepuasan teknis dengan loyalitas jangka panjang nasabah.

Implementasi strategi tersebut menjadi sangat relevan di wilayah Kabupaten Pekalongan, di mana masyarakatnya menunjukkan minat tinggi terhadap layanan keuangan digital. Hal ini dibuktikan dengan data dari BSI KCP Pekalongan Kaje yang mencatat kenaikan nasabah secara konsisten, mulai dari 22.150 orang pada Agustus 2022 menjadi 23.362 orang pada Januari 2024 (Ananda, 2024). Perkembangan ini mencerminkan tingginya adopsi layanan keuangan digital di wilayah tersebut, yang pada gilirannya membuka peluang bagi platform digital BYOND by BSI untuk meraih pasar dengan karakteristik pengguna yang sejenis.

Tingginya antusiasme masyarakat terhadap layanan digital tidak hanya memberikan kemudahan dalam mengakses suatu layanan, tetapi juga mendorong institusi perbankan syariah dalam menyediakan layanan yang bermutu serta sistem keamanan yang terpercaya. Fenomena tersebut

disebabkan oleh operasional bank syariah yang tidak hanya berfokus pada kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, melainkan juga mencakup aspek pelayanan dan keamanan yang menjadi faktor krusial dalam menentukan keberhasilan institusi tersebut. Jadi, setiap lembaga perbankan perlu menerapkan pelayanan yang unggul dengan menjamin kenyamanan serta keamanan dalam setiap transaksi. Pelayanan yang baik mampu memberikan kepuasan akan mendorong terbentuknya loyalitas dari nasabah, baik secara langsung maupun tidak langsung (Febrianto & Yusuf, 2021).

Keberhasilan dalam membangun loyalitas nasabah ini memegang peranan vital dalam menjamin kelangsungan hidup Bank Syariah Indonesia di tengah persaingan yang ketat. Kemajuan bank sangat dipengaruhi oleh jumlah nasabah yang setia, karena perbaikan berkelanjutan pada mutu produk dan layanan merupakan pendorong utama loyalitas yang pada akhirnya berkontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan institusi (Al-Ghifari & Khusnudin, 2022). Dalam ekosistem perbankan yang dinamis, nasabah dengan loyalitas tinggi adalah aset berharga yang harus dijaga. Hal ini menjadi semakin krusial mengingat banyaknya kompetitor yang terus berinovasi meningkatkan mutu layanan demi menarik minat nasabah agar beralih menggunakan produk mereka (Saputra et al., 2021).

Sebagai upaya untuk menjaga loyalitas pengguna, kualitas layanan pada aplikasi BYOND by BSI menjadi faktor yang sangat penting. Kualitas layanan mencerminkan kemampuan aplikasi tersebut dalam memenuhi kebutuhan serta harapan para penggunanya khususnya dalam aspek kecepatan proses transaksi, kemudahan penggunaan antarmuka, penyajian informasi yang jelas, serta kemampuan sistem dalam merespons masalah. Layanan yang dirasakan cepat, tepat, dan mudah digunakan akan membentuk kesan positif terhadap aplikasi tersebut, yang pada akhirnya memperkuat tingkat kepercayaan pengguna. Sejalan dengan pandangan (Parasuraman et al., 1988), kualitas layanan yang berjalan stabil dan dapat diandalkan akan membuat kepercayaan yang kokoh serta berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas dalam jangka panjang. Sebaliknya, jika mutu layanan dinilai

rendah, maka kepercayaan akan menurun dan berpotensi mendorong pengguna untuk berpindah ke *platform* lain.

Selain kualitas layanan, faktor penting lainnya adalah keamanan. Keamanan yang andal dalam transaksi digital juga menjadi perhatian utama dalam menjaga kepercayaan nasabah yang meliputi keamanan transaksi, proteksi data pribadi serta perlindungan terhadap risiko kejahatan siber terutama dalam penggunaan layanan *mobile banking* yang rawan terhadap penyalahgunaan jika tidak diimbangi dengan sistem keamanan yang kuat. Sejalan dengan penelitian (Sitanggang et al., 2024), penguatan aspek keamanan sistem menjadi elemen fundamental dalam menumbuhkan rasa aman nasabah saat menggunakan layanan perbankan berbasis digital.

Keandalan sistem keamanan tersebut pada akhirnya akan membentuk citra perusahaan di mata publik. Citra perusahaan terbentuk dari persepsi nasabah yang berkembang melalui pengalaman pribadi serta berbagai informasi yang mereka peroleh selama memanfaatkan layanan perbankan. Ketika citra perusahaan dinilai positif, hal tersebut mampu memperkuat kepercayaan nasabah dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk tetap loyal. Sebaliknya, persepsi negatif terhadap citra perusahaan dapat melemahkan kepercayaan dan mengurangi tingkat loyalitas (Saputra et al., 2021).

Namun, terdapat ketidakkonsistenan temuan dari beberapa studi terdahulu mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas. Menurut Gultom et al., (2020) loyalitas nasabah dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan yang berhasil dibangun melalui kepuasan. Kepercayaan adalah kunci utama yang menghubungkan pengalaman nasabah dengan loyalitas jangka panjang. Dengan memperkuat aspek kepercayaan, bank dapat membangun fondasi kokoh untuk menjaga retensi nasabah agar tidak beralih ke. Pendapat tersebut diperkuat oleh (Wardani & Fahlefi., 2022) menyatakan bahwa tingkat keamanan aplikasi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah. Namun, temuan menarik dalam studi tersebut memperoleh hasil bahwa keamanan tidak memberikan pengaruh secara

langsung terhadap tingkat loyalitas. Keamanan bertindak sebagai prasyarat munculnya kepercayaan, namun tidak serta-merta menjamin kesetiaan nasabah jika tidak dikelola bersama faktor pendukung lainnya.

Adapun menurut (Octavia & Suwitho, 2025), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah karena mampu memenuhi harapan para pengguna. Selain itu, kepercayaan nasabah turut menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas melalui jaminan keamanan transaksi, yang semakin diperkuat oleh citra perusahaan yang positif sebagai cerminan reputasi institusi di mata masyarakat. Citra perusahaan yang positif terbukti mampu memperkuat persepsi nasabah yang membuat mereka merasa lebih yakin untuk tetap menggunakan jasa bank tersebut. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan (Fitriani, 2023) mengungkapkan bahwa citra perusahaan tidak memberikan pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah, tetapi pengaruh tersebut terjadi melalui peran variabel kepuasan sebagai mediator. Hal ini berarti bahwa reputasi yang baik akan menghasilkan loyalitas apabila nasabah terlebih dahulu merasakan kepuasan secara pribadi terhadap layanan yang mereka terima.

Menurut (Emilia, 2025) dalam penelitiannya, ditemukan bahwa citra merek dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Namun, studi ini mengungkapkan bahwa kepercayaan terkadang tidak selalu berperan signifikan sebagai mediator pada hubungan variabel tertentu terhadap loyalitas. Sementara itu (Wedy, 2025) menemukan hasil yang lebih spesifik dalam konteks mediasi, dimana sebuah kepercayaan terbukti dapat melakukan memediasi hubungan antara variabel kepuasan dengan loyalitas. Ketidakkonsistenan hasil ini menciptakan celah penelitian (*research gap*) mengenai seberapa jauh efektivitas kepercayaan dalam menjembatani variabel-variabel teknis (seperti kualitas layanan dan keamanan) serta variabel emosional (seperti citra perusahaan) dengan loyalitas nasabah.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji peran kepercayaan sebagai variabel intervening

yang menjembatani pengaruh kualitas pelayanan, keamanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pengguna BYOND by BSI di BSI KCP Pekalongan Kaje. Berdasarkan fenomena *gap* yang terjadi dan perbedaan hasil penelitian (*research gap*) terdahulu, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEAMANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Empiris pada Nasabah Pengguna Aplikasi BYOND by BSI di BSI KCP Pekalongan Kaje)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, penulis merumuskan beberapa permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ?
- b. Apakah keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ?
- c. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ?
- d. Apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ?
- e. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan nasabah ?
- f. Apakah keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan nasabah ?
- g. Apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan nasabah ?
- h. Apakah kepercayaan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah ?
- i. Apakah kepercayaan dapat memediasi hubungan antara keamanan dan loyalitas nasabah ?

- j. Apakah kepercayaan dapat memediasi hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
- b. Untuk mengetahui apakah keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
- c. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
- d. Untuk mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
- e. Untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan.
- f. Untuk mengetahui apakah keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan.
- g. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan.
- h. Untuk mengetahui apakah kepercayaan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas nasabah.
- i. Untuk mengetahui apakah kepercayaan dapat memediasi hubungan antara keamanan dan loyalitas nasabah.
- j. Untuk mengetahui apakah kepercayaan dapat memediasi hubungan antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

Hasil dari studi ini dapat dijadikan sebagai dasar evaluasi dan bahan pertimbangan strategis bagi pihak BSI dalam mengembangkan kualitas layanan pada aplikasi BYOND by BSI. Temuan ini juga

memberikan pemahaman penting mengenai perlunya membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah sebagai strategi untuk memperkuat citra perusahaan serta menjaga loyalitas nasabah dalam jangka panjang.

b. Bagi Peneliti Berikutnya

Studi ini dapat dijadikan pijakan awal bagi riset-riset mendatang dengan cara mengembangkan model penelitian melalui penambahan atau penggantian variabel lain yang dianggap berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Oleh sebab itu studi lanjutan diharapkan mampu memberikan wawasan yang lebih luas dan intensif.

c. Bagi Pembaca

Studi ini memperkaya referensi ilmiah yang dapat digunakan oleh berbagai pihak, khususnya bagi mahasiswa yang melakukan penelitian dengan tema serupa. Studi ini memberikan pemahaman yang secara lebih luas, penelitian ini mengkaji pengaruh kualitas layanan, faktor keamanan, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pengguna aplikasi BYOND by BSI, dengan menelaah peran kepercayaan sebagai variabel intervening.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan ikut andil terhadap pengembangan teori, khususnya sebagai landasan konseptual bagi studi-studi selanjutnya. Di samping itu, hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai tolak ukur dalam menilai sejauh mana partisipasi atau frekuensi penggunaan layanan BYOND by BSI oleh para nasabah.

D. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah alur pemikiran yang terstruktur, penelitian ini disusun ke dalam lima bab utama. Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan bab yang memuat gambaran umum mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan. Urgensi dan kebaruan penelitian dijelaskan secara gamblang, memberikan landasan kuat bagi pemahaman pembaca terhadap fokus penelitian. Keuntungan yang diantisipasi dari penelitian ini juga dijelaskan di bagian ini. Tujuannya ini disusun untuk memaparkan landasan kontekstual serta memetakan orientasi penelitian yang akan dijalankan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Merupakan penjelasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian yang bertujuan membangun landasan teoritis yang ulet dan mampu mengidentifikasi studi dalam bab ini. Berdasarkan kerangka teori dan kajian pustaka yang komprehensif, hipotesis penelitian pun dirumuskan. Hipotesis ini merupakan dugaan jawaban atas rumusan masalah yang telah diajukan.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan mengenai tipe data beserta sumber perolehannya, pendekatan yang digunakan dalam penelitian, rincian mengenai populasi serta sampel yang diteliti, metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, dan langkah-langkah analisis data yang diterapkan. Tujuannya untuk memberikan transparansi mengenai proses penelitian sehingga dapat validitas dan reabilitasnya.

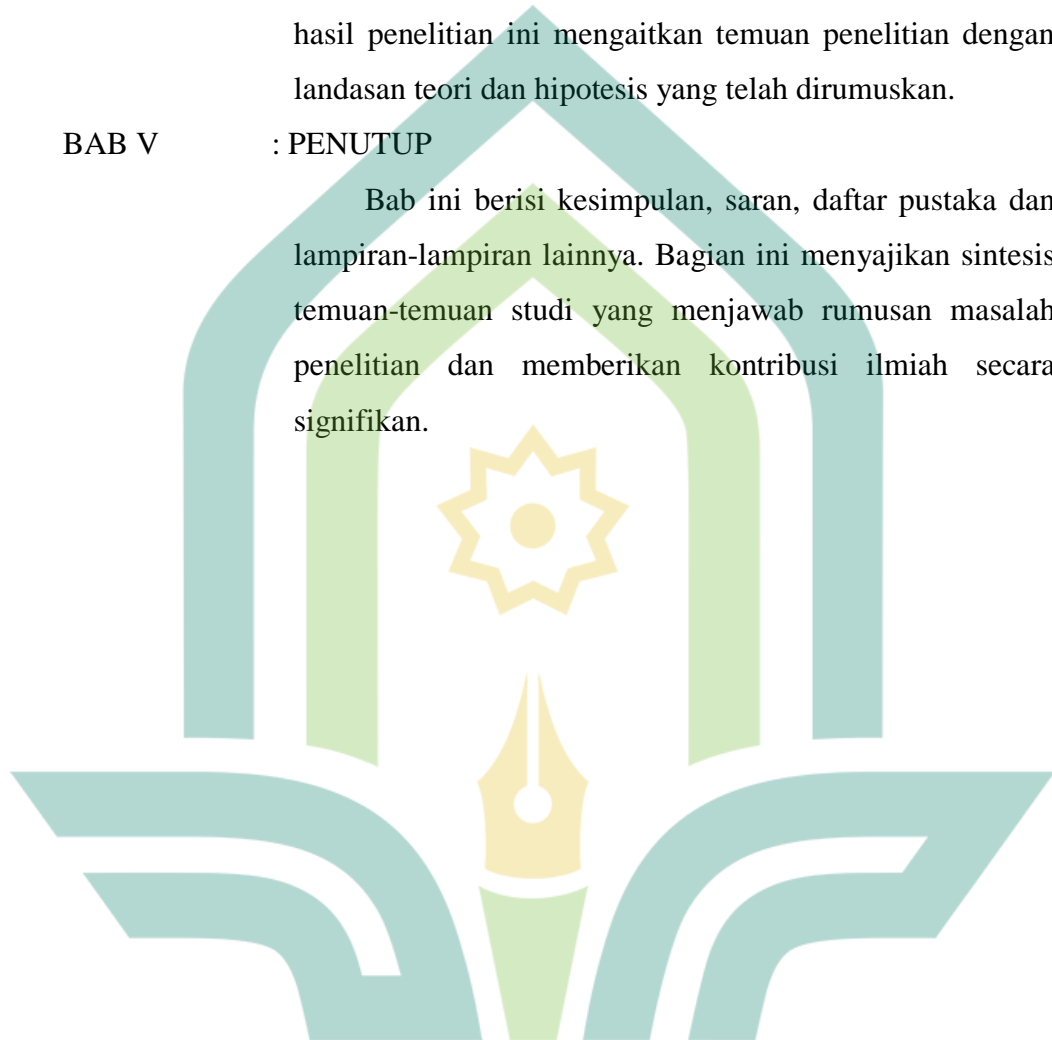
BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas temuan yang didapat serta hasil penelitian yang dilakukan untuk memberikan wawasan

luas mengenai fenomena yang diteliti. Analisis data dilakukan berdasarkan teknik yang telah dipilih dan hasilnya diinterpretasikan secara mendalam. Pembahasan hasil penelitian ini mengaitkan temuan penelitian dengan landasan teori dan hipotesis yang telah dirumuskan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan, saran, daftar pustaka dan lampiran-lampiran lainnya. Bagian ini menyajikan sintesis temuan-temuan studi yang menjawab rumusan masalah penelitian dan memberikan kontribusi ilmiah secara signifikan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan dalam bab sebelumnya, temuan penelitian ini dikelompokkan ke dalam dua kategori utama, yaitu pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung antar variabel yang melibatkan peran kepercayaan sebagai variabel intervening (mediasi):

1. Pengaruh Langsung (*Direct Effects*)

- a. H1 (Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah): Terdapat pengaruh positif dan signifikan. Nasabah yang merasa layanan aplikasi BYOND berkualitas akan cenderung lebih setia.
- b. H2 (Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah): Terdapat pengaruh positif dan signifikan. Semakin aman nasabah merasa saat bertransaksi, semakin tinggi keinginan mereka untuk terus menggunakan aplikasi.
- c. H3 (Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah): Terdapat pengaruh signifikan namun memiliki arah negatif. Hal ini berarti meskipun citranya besar, loyalitas bisa menurun jika ada ketidaksesuaian antara ekspektasi nama besar BSI dengan kenyataan penggunaan aplikasi.
- d. H4 (Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah): Terdapat pengaruh positif dan signifikan. Rasa percaya nasabah adalah faktor terkuat yang secara langsung meningkatkan loyalitas mereka.
- e. H5 (Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan): Terdapat pengaruh positif dan signifikan. Layanan yang responsif dan andal menjadi alasan utama nasabah untuk memberikan kepercayaan mereka pada bank.
- f. H6 (Pengaruh Keamanan terhadap Kepercayaan): Terdapat pengaruh positif dan signifikan. Jaminan perlindungan data yang mumpuni secara otomatis menumbuhkan rasa percaya di benak nasabah.

- g. H7 (Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepercayaan): Terdapat pengaruh positif dan signifikan. Reputasi bank yang baik membuat nasabah merasa lebih aman dan nyaman untuk menjalin hubungan jangka panjang.

2. Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effects*)

- h. H8 (Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepercayaan): Kepercayaan tidak mampu memediasi hubungan ini. Nasabah cenderung langsung loyal karena kualitas teknis aplikasi tanpa harus melewati proses pembentukan kepercayaan yang mendalam.
- i. H9 (Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepercayaan): Kepercayaan berhasil memediasi secara signifikan. Artinya, rasa aman harus diubah dulu menjadi rasa percaya agar nasabah berani berkomitmen untuk loyal dalam jangka panjang.
- j. H10 (Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepercayaan): Kepercayaan berhasil memediasi secara signifikan. Nama besar bank menjadi modal untuk meraih kepercayaan, yang kemudian membuat nasabah memberikan loyalitas sebagai bentuk timbal balik.

B. Saran

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)

BSI perlu terus meningkatkan kualitas dan keamanan aplikasi BYOND untuk menjaga kepercayaan serta loyalitas nasabah. Selain itu, bank harus memastikan layanan di lapangan sesuai dengan reputasi besarnya agar nasabah tidak merasa kecewa. Dengan menjaga transparansi dan keandalan sistem, BSI dapat membangun hubungan jangka panjang yang kuat melalui layanan yang aman dan bermanfaat secara konsisten.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk memperluas cakupan wilayah dan menambah variabel baru agar hasilnya lebih menyeluruh.

Penggunaan metode gabungan (kuantitatif dan kualitatif) juga sangat dianjurkan untuk menggali lebih dalam alasan di balik sikap nasabah. Dengan metode dan indikator yang lebih beragam, diharapkan penelitian mendatang dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap bagi perkembangan perbankan syariah.



DAFTAR PUSTAKA

- Aini, A. P. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Pengguna Digital Banking Sebagai Variabel Intervening*.
- Al-Ghifari, M. I., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10883](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10883)
- ARTAMEVIAH, R. (2022). Bab ii kajian pustaka bab ii kajian pustaka 2.1. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 12(2004), 6–25.
- Astuti, R. (2024). *Pengaruh kepercayaan dan keamanan terhadap loyalitas nasabah pada layanan perbankan digital*. Semarang: Universitas Negeri Semarang Press.
- Dewi, O., Wardani, K., & Fahlefi, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Pengguna *E-Banking* dengan Kepercayaan (*Trust*) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah *E-Banking* BANK BNI). *JPDSH Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(8), 1665–1672. <https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH>
- Dwiyanti, N. M. E., Kusuma, I. G. N. A. G. E. T., & Anggraini, N. P. N. (2025). Pengaruh Kompensasi, Kompetensi Dan Pengembangan Karir Terhadap Loyalitas Kerja Karyawan Pada Ksp Kopdit Kubu Bingin Bali. *Emas*, 6(1), 154–169. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i1.11274>
- Emilia, L. (2025). *Pengaruh Citra Merek, Komunikasi Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada Pengguna Produk Perusahaan Pembiayaan*. Tesis. Semarang: Program Magister Manajemen Universitas Islam Sultan Agung.
- Febrianto, H., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Mandiri KCP Jamika Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 401. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.392>
- Fitriani, D. R. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Customer Relationship Marketing Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bpr Bkk Pati. *Jurnal Studi Manajemen Bisnis*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.24176/jsmb.v3i1.9412>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.

- Griffin, R. W. (2005). *Management* (8th ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Handoko, A. D., & Ronny, R. (2021). Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 9(2), 79–91. <https://doi.org/10.17509/image.v9i2.28598>
- Hendri, A. (2020). *Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada perbankan syariah*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hermawati, A. (2023). Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran dan Kepercayaan terhadap Loyalitas (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, 1(1), 14–28. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v1i1.18>
- Hidayati, R. N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Nasabah Pengguna Bsi Mobile Di Purwokerto). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, 15.
- Jannah, M., Hilal, S., & Supriyaningsih, O. (2025). *Jumlah Bank Syariah Tahun 2019-2023*. 7(1), 41–55.
- Kepercayaan, D. A. N., & Loyalitas, T. (2023). *NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada Nasabah BSI KCP Purbalingga Sudirman) SKRIPSI*.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip, dan K. L. Keller. 2016. *Marketing Management*. Boston: Pearson Education.
- Kusniati, & Saputra, A. (2020). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa DI Kota Batam. *Jurnal EMBA*, Vol 8(3), Hal 95. <https://ejournal.unsrat.ac.id>
- Laudon, K. C. & Laudon, J. P., 2016. *Sistem Informasi Manajemen*. 13 ed. s.l.:Salemba Empat.
- Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Vol, M., Lokal Branding UMKM Dalam Upaya Peningkatan Ekspor, P., Kristianto Wedy, Y., Manajemen, J., Ekonomi dan Bisnis, F., Tanjungpura, U., Jl Profesor Dokter H Hadari Nawawi, J. H., Pontianak, K., & Barat, K. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Nasabah CU Tri Tapang Kasih di Kapuas Hulu*. 8, 160–173. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/MBIC/index>

- Maulana, Y. F., Taqwiem, A., & Ekonomi, F. (2025). *Pengaruh Kualitas Layanan , Faktor Kemudahan Dan Keamanan Penggunaan BYOND BY BSI Terhadap Loyalitas Nasabah BYOND BY BSI Di KCP Lawang*. 8(1), 350–359.
- Mayer, R.C., Davis, J.H., & Schoorman, F.D. (1995). *An Integrative Model of Organizational Trust*. *Academy of Management Review*, 20(3), 709–734
- Muadz, & Rahayu, A. L. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variable Intervening. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(6), 9674-9686.
- Nuzulia, A. (2022). Peran Mobile Banking Mendorong Perilaku Konsumtif Mahasiswa Wilayah Gerbang Kertasusila. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Octavia, M., & Suwitho. (2025). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 14(6).
- OJK. (2015). *Bijak Ber-Electronic Banking*. Jakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1985), “A conceptual model of service quality and its implications for future research”. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Permatasari, Putri Intan. 2024. “*Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening.*” Skripsi, Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Rezeki, M. R., Majid, M. S. A., & Kassim, S. H. (2023). The effect of e-service quality on e-loyalty of Islamic banking customers: Does e-satisfaction act as mediator? *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 9(2), 228–245. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol9.iss2.art6>
- Rina Amelia, Slamet Triyadi, U. M. (2023). 3 1,2,3. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(23), 656–664.
- Rismawati Putri. (2024). *Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Madiun Dalam Menggunakan BSI mobile Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*. 1–156. <http://etheses.iainponorogo.ac.id/id/eprint/27709>
- Rofi'i, Muhammad, S., Huwaida, H., & Imelda, S. (2023). Kualitas Layanan M-

- Banking, Promosi dan Kepuasan Nasabah Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah BSI Cabang Banjarmasin. *Jurnal INTEKNA*, 23(2).
- Sajjaj, M., Imran, M., & Prayoga, D. (2024). *Pengaruh Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking*. 20(1), 71–79.
- Saputra, G. M., Intan, H., & Miskiyah, N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Arief Palembang. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Bisnis*, 2(1), 8–17.
- Sitanggang, A. S., Lestari, S., Febrianti, N. C., Az-zahra, A., & Fitriadi, M. N. (2024). Analisis Tingkat Kepercayaan Nasabah pada Keamanan Transaksi Perbankan melalui *Mobile Banking (M-Banking)*. *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 9(3), 1566–1581.
- Sudirman, S., Darmiati, D., & Rahman, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening. *Akuntabel: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 19(3), 640–650. <https://doi.org/10.29264/jakt.v19i3.11805>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syahwi, M., & Pantawis, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome (Studi Kasus pada PT. Telkom Kota Semarang). *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 3(2), 150–163. <https://doi.org/10.35829/econbank.v3i2.202>
- 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. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/cdj/article/view/16340>
- Waipirit-hunimua, P. R., Tousalwa, C. C., & Waelauruw, A. T. (2024). *VOL 3 , NO . 1 , MARET 2024 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa*. 3(1), 147–158.
- Wardani, D. K., & Fahlefi, A. R. (2022). Pengaruh Persepsi Keamanan Terhadap Loyalitas Pengguna *E-Banking* dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Nasabah *E-Banking* Bank BNI). *JPDSH: Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 1(8), 1665–1672.
- Wedy. (2025). *Peran Mediasi Kepercayaan pada Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah*. *Jurnal Manajemen Perbankan*.