

**PENGARUH REPUTASI MEREK, PERSEPSI
RISIKO, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* LAYANAN
BANK SYARIAH INDONESIA PASCA GANGGUAN
SISTEM DUGAAN SERANGAN *RANSOMWARE*
(Studi Kasus Pada Nasabah BSI Di Kota Dan
Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi sebagaimana syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

UZLIFATUL KARIMAH

NIM 4221153

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2026**

**PENGARUH REPUTASI MEREK, PERSEPSI
RISIKO, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* LAYANAN
BANK SYARIAH INDONESIA PASCA GANGGUAN
SISTEM DUGAAN SERANGAN *RANSOMWARE*
(Studi Kasus Pada Nasabah BSI Di Kota Dan
Kabupaten Pekalongan)**

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi sebagaimana syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

UZLIFATUL KARIMAH

NIM 4221153

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
TAHUN 2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Uzlifatul Karimah
NIM : 4221153
Judul Skripsi : **Pengaruh Reputasi Merek, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Repurchase Intention* Layanan Bank Syariah Indonesia Pasca Gangguan Sistem Dugaan Serangan *Ransomware* (Studi Kasus Pada Nasabah BSI di Kota dan Kabupaten Pekalongan)**

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, 20 Februari 2026
Yang menyatakan,



Uzlifatul Karimah

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Uzlifatul Karimah

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

Asslamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : Uzlifatul Karimah

NIM : 4221153

Judul Proposal : Pengaruh Reputasi Merek, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Repurchase Intention Layanan Bank Syariah Indonesia Pasca Gangguan Sistem Dugaan Serangan Ransomware (Studi Kasus Pada Nasabah BSI di Kota dan Kabupaten Pekalongan)

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, 20 Februari 2026
Pembimbing,



Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag

NIP. 197502111998032001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajan Pekalongan Kab Pekalongan Kode Pos 51161
Website : www.febi.uingusdur.ac.id Email : febi.uingusdur@iac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara :

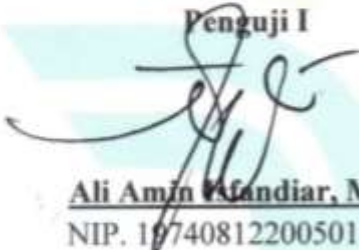
Nama : **Uzlifatul Karimah**
NIM : **4221153**
Judul Skripsi : **Pengaruh Reputasi Merek, Persepsi Risiko,
Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Repurchase Intention Layanan Bank Syariah
Indonesia Pasca Gangguan Sistem Dugaan
Serangan Ransomware (Studi Kasus Pada
Nasabah BSI di Kota dan Kabupaten
Pekalongan)**

Pembimbing : **Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag**

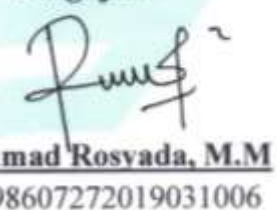
Telah diujikan pada hari selasa tanggal 14 April 2026 dan
dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I


Ali Amin Mafandiar, M.Ag
NIP. 197408122005011002

Penguji II


Mohammad Rosvada, M.M
NIP. 198607272019031006

Pekalongan, 11 Mei 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. H. A.M. Muk. Khafidz Ma'shum, M.Ag.
NIP. 197806162003121003

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah (2): 286)

“Menyesali nasib tidak akan mengubah keadaan, terus berkarya dan bekerjalah yang membuat kita berharga”

(KH. Abdurrahman Wahid)

“Mama menyerahkan seluruh jiwanya demi aku hidup, sehingga tak ada alasan bagiku untuk merasa tidak berharga. Sementara bapak menghabiskan tenaganya setiap hari agar langkahku terus berjalan. Karena ini, aku pastikan perjuangan mereka tak pernah terbuang percuma”

(penulis)

“Aku belajar bahwa hidup bukan tentang siapa yang paling cepat sampai, melainkan siapa yang paling tulus menjalani setiap prosesnya, sebab di setiap lelah yang terasa, tumbuh harapan yang nyata, dan di setiap langkah kecil yang dijaga dengan setia, mimpi besar menunggu waktunya tiba dengan penuh makna”

(penulis)

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 Ekonomi 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 materil 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:

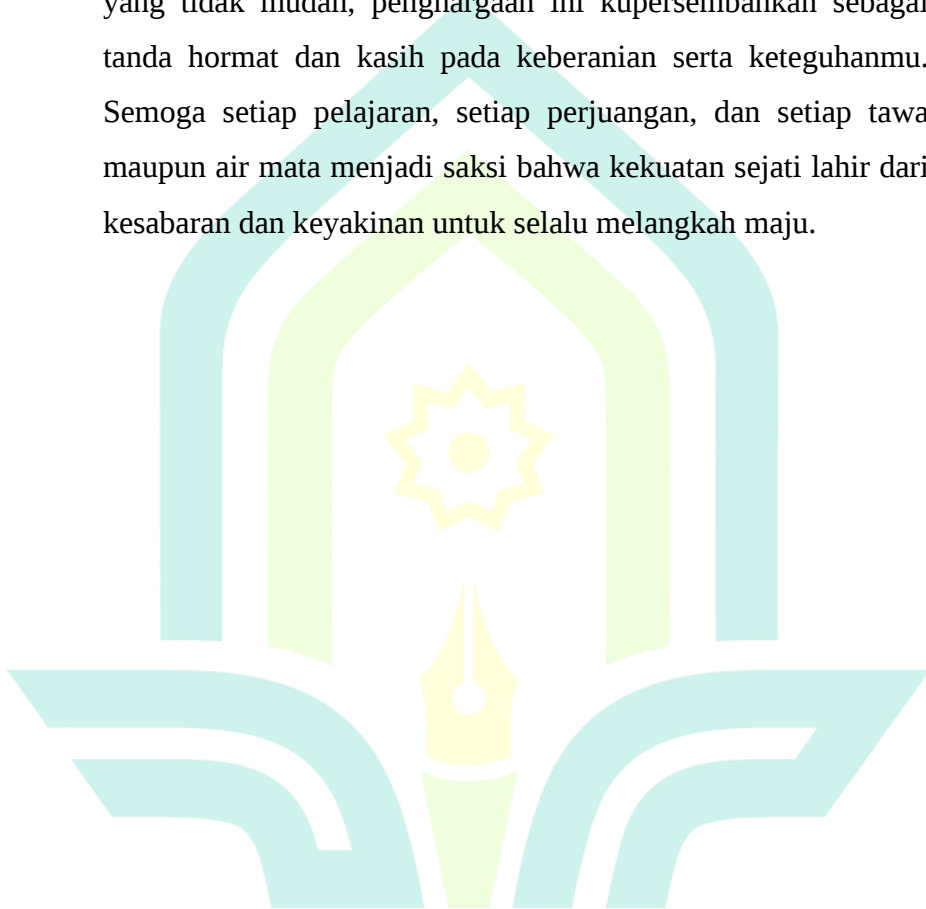
1. Teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Rodo yang senantiasa bekerja keras tanpa mengenal lelah, terima kasih atas keteguhan, pengorbanan, dan doa yang selalu mengiringi setiap langkah saya. Serta untuk Ibu Mustinah yang telah berpulang, meski raga tak lagi hadir, cinta, nasihat, dan doa Mama akan selalu hidup dalam setiap perjalanan saya. Segala pencapaian ini adalah buah dari perjuangan Bapak dan kasih sayang Mama yang tak pernah terputus. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan Rahmat dan keberkahan untuk Bapak, serta menempatkan Mama di tempat terbaik di sisi-Nya.

2. Kepada kakak saya, Riski Sinta, dan kakak ipar saya, Miftakhudin, terima kasih atas dukungan, perhatian, dan bantuan yang telah diberikan, baik secara moril maupun materil. Nasihat, motivasi, dan kehadiran kalian menjadi penguat di setiap proses yang saya jalani hingga mampu menyelesaikan studi ini. Semoga setiap kebaikan dan keikhlasan yang telah kalian curahkan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
3. Almameter saya Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Kepada Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag., terima kasih atas kesabaran, ketelitian, serta waktu dan perhatian yang telah diberikan dalam membimbing saya selama proses penyusunan skripsi ini. Arahkan, masukan, dan ketegasan ibu menjadi bekal berharga yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan karya ilmiah ini.
5. Kepada Dosen Pembimbing Akademik, Bapak Rohmad Abidin, M.Kom., terima kasih atas bimbingan, arahan, dan perhatian yang telah diberikan selama masa perkuliahan. Pendampingan dan nasihat yang Bapak berikan menjadi bekal penting bagi saya dalam menjalani proses akademik hingga tahap penyelesaian studi ini.
6. Kepada Branch Operations dan Service Manager BSI KC Pekalongan Pemuda, Bapak Sabikhis, penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesempatan, kepercayaan, serta dukungan yang telah diberikan kepada penulis dalam melaksanakan penelitian di BSI KC

Pekalongan Pemuda, sehingga seluruh proses penelitian dapat berjalan dengan lancar dan optimal. Kesediaan bapak dalam memberikan arahan serta ruang bagi penulis menjadi bagian yang sangat berarti dan berkontribusi besar terhadap terselesaikannya penelitian ini. Semoga segala kebaikan dan bantuan yang telah diberikan mendapat balasan terbaik.

7. Kepada sahabat, Sukma, Mutiara, dan Tata, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta bantuan nyata yang telah diberikan selama saya skripsi, baik memberikan berbagai informasi, maupun membantu dalam hal teknis yang sangat berarti. Kehadiran kalian menjadi penguat Langkah dan memudahkan saya dalam melewati setiap kesulitan yang dihadapi.
8. Kepada Andre Kamaludin, terima kasih atas sikap yang penuh penghargaan, ketenangan, dan dukungan yang diberikan di masa yang tidak mudah bagi saya. Meski dalam waktu yang singkat, kehadiran serta cara bersikap yang ditunjukkan mampu menguatkan semangat, membantu pikiran lebih tenang dan terkendali, serta memberi ruang untuk bangkit dari kondisi yang sempat terpuruk. Dukungan yang sederhana namun tulus tersebut menjadi berarti dan akan selalu saya kenang.
9. Sebagai penutup, penulis ingin menyampaikan apresiasi kepada diri sendiri, seorang Perempuan dengan kemandirian dalam kesendiriannya. Kepada diriku, terima kasih karena telah berhasil menyelesaikan penelitian ini hingga tuntas, meski banyak rintangan dan kesulitan harus dilalui. Terima kasih telah meneguhkan hati saat ragu, tetap percaya diri meski perjalanan

terasa berat dan sunyi, serta tidak pernah menyerah menghadapi tantangan yang datang bertubi-tubi. Terima kasih telah belajar dari luka, bangkit dari kegagalan, dan menjaga impian tetap hidup dengan penuh keyakinan. Untuk diriku, yang terkadang lelah namun selalu tegar, yang terus berjuang menapaki jalan yang tidak mudah, penghargaan ini kupersembahkan sebagai tanda hormat dan kasih pada keberanian serta keteguhanmu. Semoga setiap pelajaran, setiap perjuangan, dan setiap tawa maupun air mata menjadi saksi bahwa kekuatan sejati lahir dari kesabaran dan keyakinan untuk selalu melangkah maju.



ABSTRAK

UZZLIFATUL KARIMAH. Pengaruh Reputasi Merek, Persepsi Risiko, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Repurchase Intention* Layanan Bank Syariah Indonesia Pasca Gangguan Sistem Dugaan Serangan *Ransomware* (Studi Kasus Pada Nasabah BSI di Kota dan Kabupaten Pekalongan).

Gangguan sistem yang dialami Bank Syariah Indonesia menimbulkan kekhawatiran nasabah terkait keamanan dan kepercayaan, yang berpotensi memengaruhi *repurchase intention*. penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan terhadap *repurchase intention* layanan Bank Syariah Indonesia pada nasabah BSI di Kota dan Kabupaten Pekalongan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden dengan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS versi 27 dengan tingkat signifikansi 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan secara persial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase intention*. Diantara ketiga variabel tersebut, kualitas pelayanan memiliki pengaruh paling dominan, yang menunjukkan bahwa pelayanan yang baik, responsif, dan sesuai dengan harapan nasabah sehingga nasabah tetap yakin menggunakan layanan, bahkan ketika terjadi gangguan sistem.

Kata Kunci: Reputasi Merek, Persepsi Risiko, Kualitas Pelayanan, *Repurchase Intention*, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

UZZLIFATUL KARIMAH. *The Effect of Brand Reputation, Perceived Risk, and Service Quality on Repurchase Intention of Bank Syariah Indonesia Service After System Disruptions Due to Alleged Ransomware Attacks (A Case Study of BSI Customers in Pekalongan City and Regency).*

The system disruption experienced by Bank Syariah Indonesia has raised customer concerns regarding security and trust, which may affect repurchase intention. This study aims to analyze the influence of brand reputation, perceived risk, and service quality on the repurchase intention of Bank Syariah Indonesia's services among customers in Pekalongan City and Regency.

This study employs a quantitative approach using primary data collected through questionnaires distributed to 100 a purposive sampling method. The data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS version 27 at a 5% significance level.

The results show that brand reputation, perceived risk, and service quality have a positive and significant effect on repurchase intention, both partially and simultaneously. Among these variables, service quality has the most dominant influence, indicating that good, responsive services, that meets customer expectations keeps customers confident in using the services, even when system disruptions occur.

Keywords: Brand Reputation, Perceived Risk, Service Quality, Repurchase Intention, Bank Syariah Indonesia.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Perbankan Syariah 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 Mustaqim, M. Ag, selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang telah memberikan kebijakan serta dukungan dalam penyelenggaraan pendidikan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Dr. H. AM. Muh. Khafidz Ma'shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, yang senantiasa memberikan arahan serta menciptakan lingkungan akademik yang mendukung proses belajar dan pengembangan mahasiswa.
3. Bapak Drajat Stiawan, M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, atas persetujuan, pendampingan, serta dorongan moril yang diberikan dalam pengerjaan skripsi ini.
4. Bapak Rohmad Abidin, M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik atas pendampingannya dengan tulus dan memberikan

masukannya yang membangun selama penulis menempuh Pendidikan.

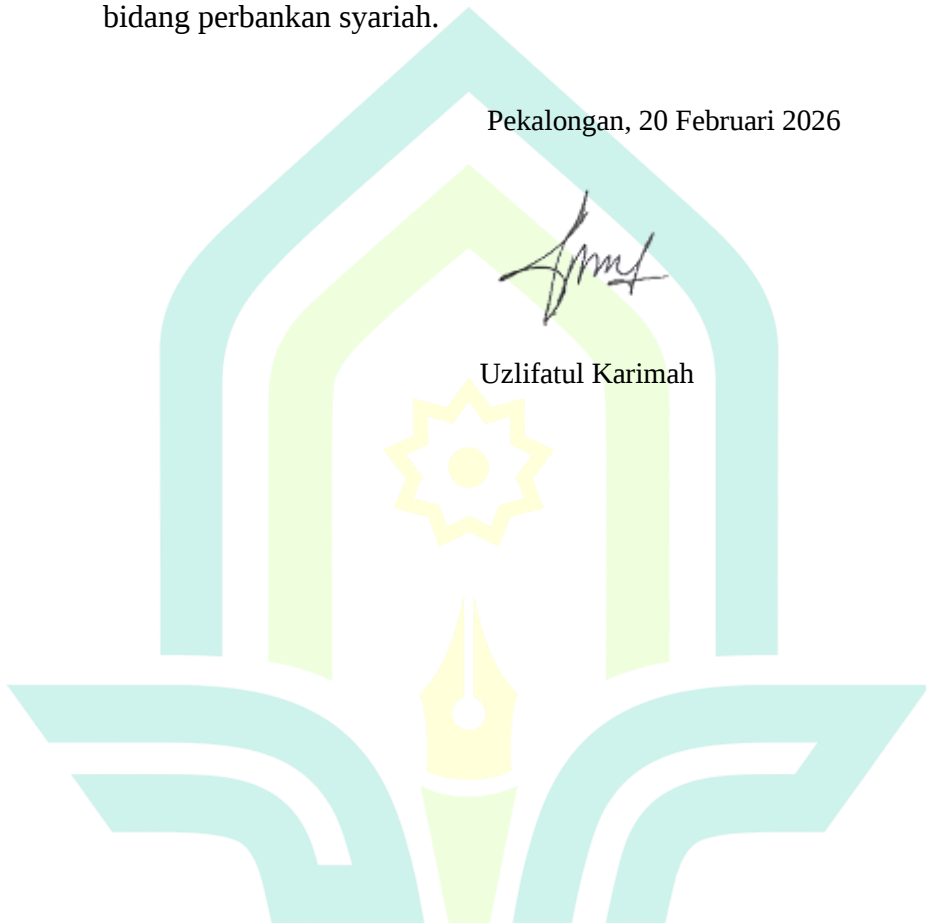
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan perhatiannya untuk membimbing, memberikan arahan, serta masukannya yang sangat berharga dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Sabikhis, selaku Branch Operations dan Service Manager BSI KC Pekalongan Pemuda, yang telah memberikan izin serta ruang kepada penulis untuk menjalankan tahapan penelitian, sehingga skripsi ini dapat berhasil tersusun dengan baik.
7. Nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Kota dan Kabupaten Pekalongan yang telah berkenan memberikan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini.
8. Orang tua dan keluarga saya yang senantiasa mendoakan, memberikan semangat, serta bantuan baik secara moril maupun materil dalam setiap langkah perjalanan pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Sahabat serta rekan terdekat yang telah memberikan dukungan, semangat, dan bantuan yang begitu berarti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya dapat memohon kepada Allah SWT semoga seluruh pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda atas segala kebaikan dan kontribusi yang telah diberikan. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran yang berarti bagi pengembangan keilmuan, khususnya dalam bidang perbankan syariah.

Pekalongan, 20 Februari 2026



Uzlifatul Karimah

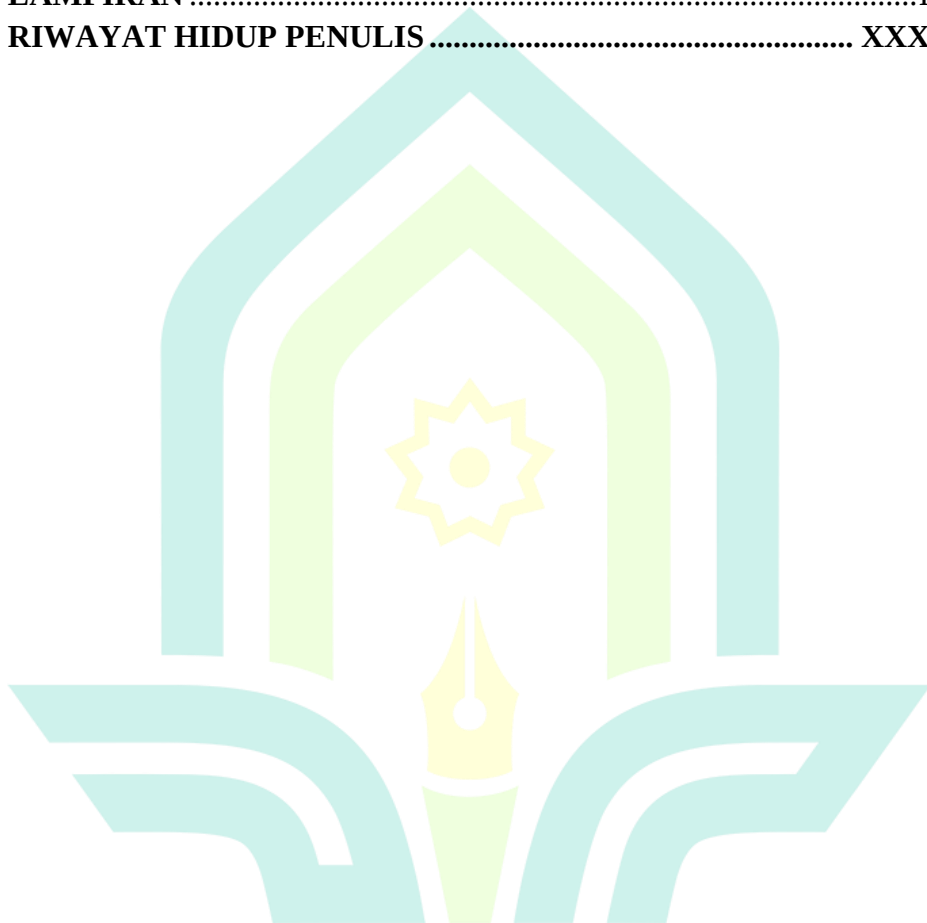


DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
KEASLIAN KARYA.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
P E N G E S A H A N	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	xviii
DAFTAR TABEL.....	xxvi
DAFTAR GAMBAR	xxvii
DAFTAR LAMPIRAN	xxviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	11
E. Sistematika Penelitian	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	15
A. Landasan Teori	15
1. <i>Theory of planned Behavior</i> (TPB)	15
2. Reputasi Merek	17
3. Persepsi Risiko.....	21
4. Kualitas Pelayanan.....	22
5. <i>Repurchase Intention</i>	26
B. Telaah Pustaka.....	30
C. Kerangka Berpikir	46
D. Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Jenis Penelitian	54

B. Pendekatan Penelitian.....	54
C. Setting Penelitian.....	54
D. Populasi	55
E. Sampel	55
F. Teknik Sampling	56
G. Variabel Penelitian	57
H. Pra Penelitian.....	61
1. Uji Validitas	61
2. Uji Reliabilitas	64
I. Sumber Data	65
J. Teknik Pengumpulan Data	65
K. Metode Analisis Data	66
1. Uji Kualitas Data	66
2. Uji Asumsi Klasik.....	67
3. Analisis Regresi Linier Berganda	69
4. Uji Hipotesis	69
5. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
BAB VI ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	72
A. Gambaran Umum Penelitian	72
B. Temuan Hasil Penelitian.....	73
1. Karakteristik Responden.....	73
2. Uji Kualitas Data	80
3. Uji Asumsi Klasik.....	84
4. Analisis Regresi Linear Berganda	91
5. Hasil Uji Hipotesis.....	93
6. Uji Koefisien Determinan (R^2).....	97
C. Pembahasan	98
1. Pengaruh Reputasi Merek Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Layanan Bank Syariah Indonesia	98
2. Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Layanan Bank Syariah Indonesia	100
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Layanan Bank Syariah Indonesia	102
4. Pengaruh Reputasi Merek, Persepsi Risiko, dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	

Layanan Bank Syariah Indonesia.....	104
BAB V PENUTUP	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Keterbatasan Penelitian	107
C. Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	I
RIWAYAT HIDUP PENULIS	XXX



TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)

ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	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
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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

1. Vokal Tunggal

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

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	a
ـِ	Kasrah	I	i
ـُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـيْ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـَـوْ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُلَّ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ى...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

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

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu

dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khužu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

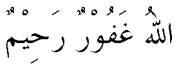
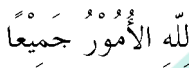
Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِيمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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

Contoh:

-  Allaāhu gafūrun rahīm
-  Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`anv

J. Tajwid

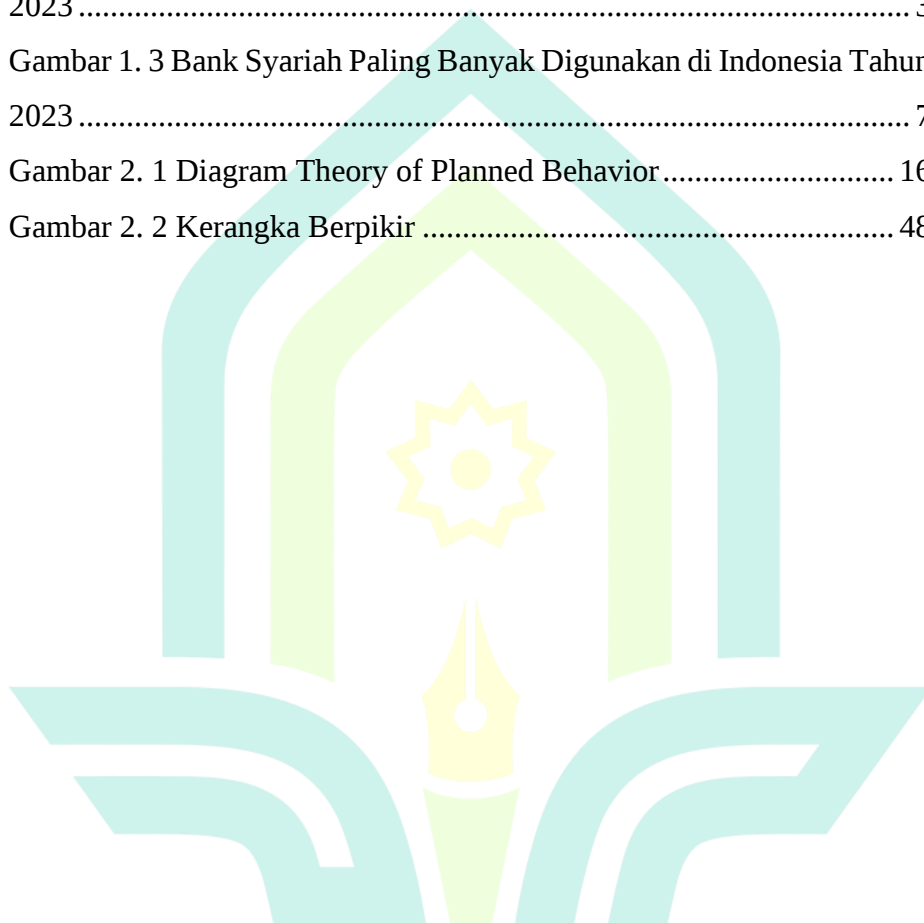
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	58
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Merek.....	61
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko.....	62
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	63
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Repurchase Intention	63
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 3. 7 Tabel Skala Pengukuran	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	74
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	75
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	76
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	77
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah BSI	78
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Layanan Yang Sering Digunakan	79
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Reputasi Merek.....	81
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Risiko.....	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Repurchase Intention	82
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	83
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Secara Grafik.....	85
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas Secara Statistik	86
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolineritas.....	87
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedestisitas Secara Grafik (Scatterplot). 89	
Tabel 4. 17 Hasil Uji Heteroskedestisitas Secara Statistik (Uji Glejser)	90
Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	91
Tabel 4. 19 Hasil Uji t (Persial).....	94
Tabel 4. 20 Hasil Uji F (Simultan)	96
Tabel 4. 21 Hasil Uji Determinasi R^2	97

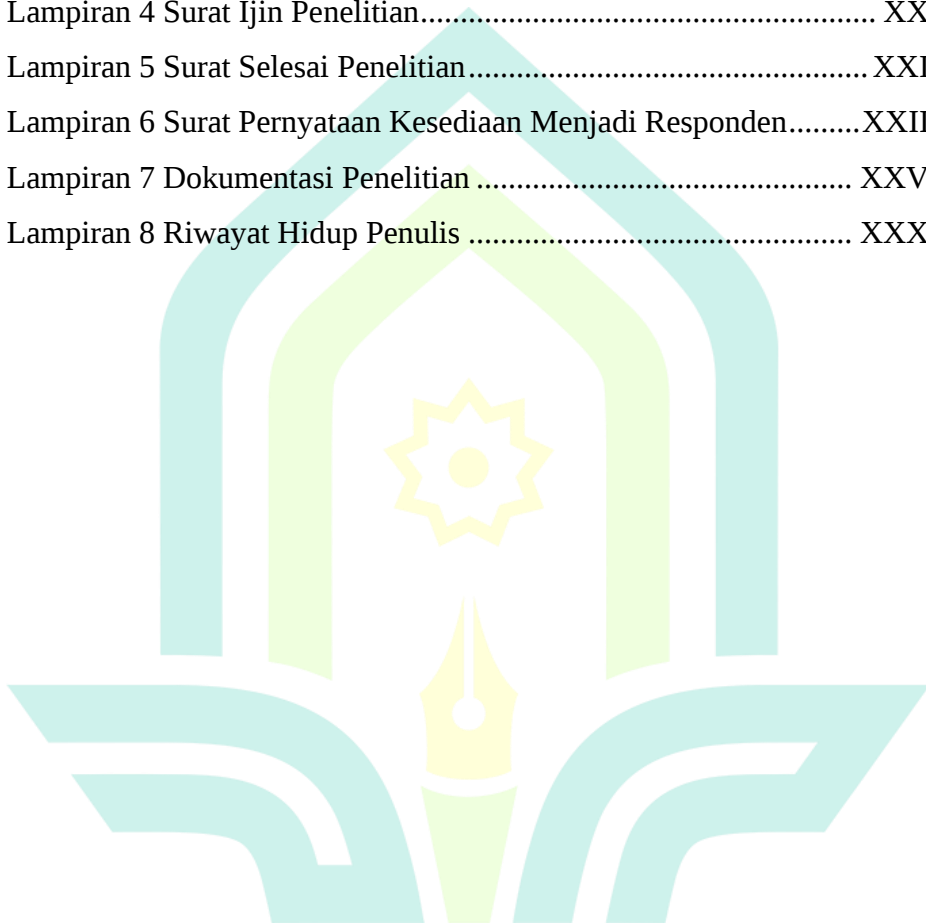
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Penduduk di Kabupaten Pekalongan Tahun 2021 2022 2023	2
Gambar 1. 2 Jumlah Penduduk di Kota Pekalongan Tahun 2021 2022 2023	3
Gambar 1. 3 Bank Syariah Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023	7
Gambar 2. 1 Diagram Theory of Planned Behavior	16
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Penelitian	I
Lampiran 2 Instrumen Penelitian	VIII
Lampiran 3 Output Hasil Uji SPSS	XIII
Lampiran 4 Surat Ijin Penelitian.....	XX
Lampiran 5 Surat Selesai Penelitian.....	XXI
Lampiran 6 Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Responden.....	XXII
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian	XXV
Lampiran 8 Riwayat Hidup Penulis	XXX



BAB I

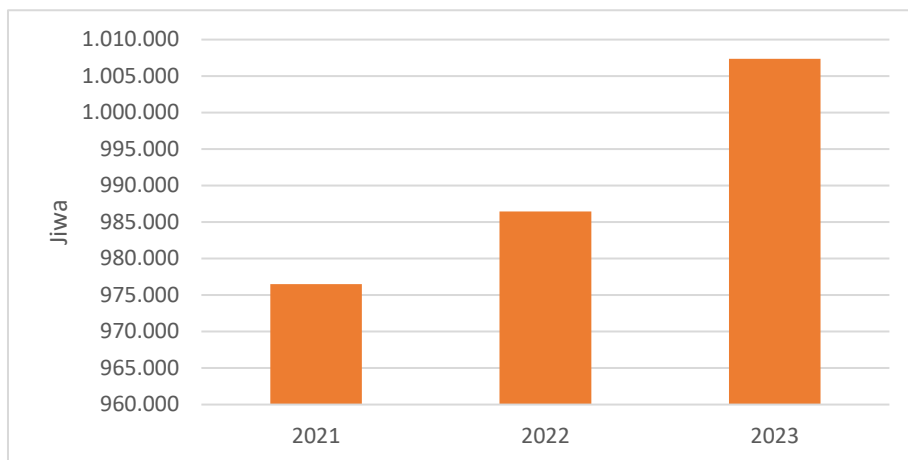
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Didirikan pada tanggal 1 Februari 2021, PT Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan hasil penggabungan PT Bank BRI Syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Sekarang BSI menjadi lembaga keuangan syariah terbesar dan salah satu bank syariah terbesar di Indonesia, BSI berfokus pada pembangunan dan pengembangan sektor keuangan syariah. BSI dan Asosiasi Bank Syariah Indonesia (ASBISINDO) terus berupaya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi syariah melalui perbankan yang mematuhi prinsip-prinsip syariah, serta mendukung industri halal. BSI menjadi bank pilihan pada sektor syariah dengan menyediakan layanan keuangan seperti pembiayaan, simpanan, dan investasi (L. Maulana & Fitriana, 2023).

Berdasarkan jumlah penduduk di Kabupaten Pekalongan, yang terdiri dari 19 kecamatan tercatat sebanyak 1.007.384 jiwa pada tahun 2023. Angka ini menunjukkan peningkatan dari tahun sebelumnya, yakni 986.455 jiwa pada tahun 2022, dan lebih tinggi dibandingkan tahun 2021 yang tercatat sebesar 976.504 jiwa (BPS, 2024).

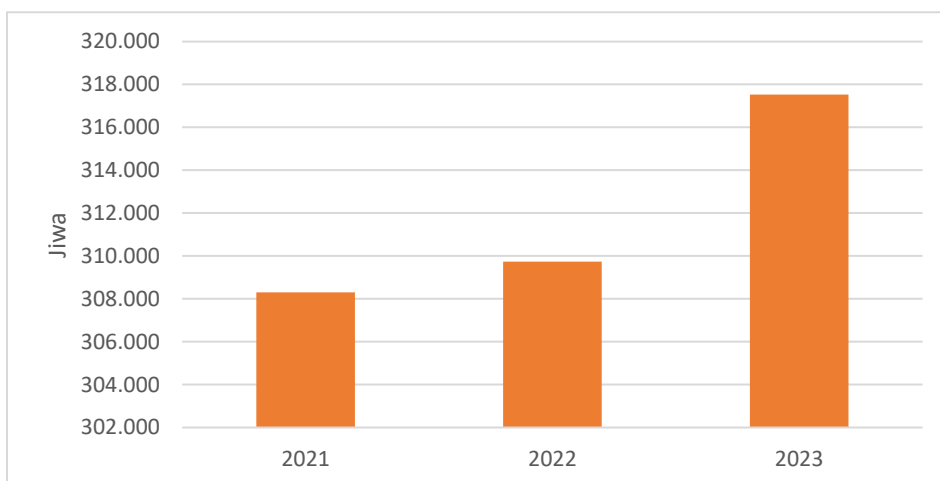
Gambar 1. 1
Jumlah Penduduk di Kabupaten Pekalongan Tahun 2021 2022 2023



Sumber: BPS, 2024

Sedangkan, penduduk di Kota Pekalongan, yang terdiri dari 4 kecamatan juga mengalami kenaikan dari tahun 2023 sebanyak 317.524 jiwa, angka yang menunjukkan kenaikan dari tahun sebelumnya sebesar 309.742 jiwa pada tahun 2022, angka ini lebih tinggi dibanding tahun 2021 yang tercatat sebesar 308,310 jiwa. Pertumbuhan ini mencerminkan adanya potensi demografis kabupaten atau kota pekalongan dalam mendukung perkembangan dan pertumbuhan bank secara signifikan di wilayah tersebut (BPS, 2024).

Gambar 1. 2
Jumlah Penduduk di Kota Pekalongan Tahun 2021 2022 2023



Sumber: BPS, 2024

Menurut L. Maulana & Fitriana (2023) selama waktu digitalisasi saat ini, industri keuangan islam termasuk BSI, menghadapi risiko keamanan yang semakin kompleks. Kemajuan teknologi yang berlangsung cepat telah mendorong perubahan dalam stuktur sosial dan budaya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan risiko munculnya berbagai tindakan kejahatan di masyarakat (Meidiyanto dalam Duana et al., 2024).

Meskipun sebenarnya dalam perkembangan layanan internet banking dan mobile banking telah memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi keuangan melalui aplikasi perbankan. Namun, kemajuan teknologi ini juga diiringi dengan meningkatnya risiko dan ancaman terhadap keamanan informasi para pengguna yang terjadi dalam sejumlah kasus, terutama pada instansi perbankan yang mengalami gangguan oprasional akibat serangan

yang dilakukan oleh peretas. Data pribadi yang berhasil dicuri oleh pelaku kejahatan siber kerap dimanfaatkan untuk tujuan pencucian uang serta aktivitas yang berkaitan dengan tindak terorisme, sehingga berdampak pada aspek keamanan dan stabilitas nasional (Putri dalam Duana et al., 2024).

Penelitian Kurniati & Febrianti (2023) menjelaskan bahwa peretasan yang dialami PT Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bentuk serangan siber yang berhasil melumpuhkan seluruh layanan digital bank tersebut. Jenis serangan ini dikenal sebagai ransomware, yaitu metode peretasan yang mengenskripsi data-data penting milik target dan kemudian meminta sejumlah uang tebusan untuk memulihkan akses terhadap data yang dicuri. Kejahatan ini dilakukan oleh pelaku siber atau Cyber Crimer, individu yang memiliki keahlian dalam mengoperasikan sistem teknologi informasi untuk tujuan criminal.

Kejahatan siber di sektor internet banking dan mobile banking telah menyebabkan kerugian besar bagi banyak pengguna dan menunjukkan tren peningkatan yang mengkhawatirkan. Salah satu modus yang sering digunakan adalah pharming, yakni taktik penipuan di mana pengguna secara tidak sadar dialihkan dari situs perbankan resmi ke situs palsu yang dikendalikan oleh penyerang. Melalui situs tersebut, hacker dapat mencuri data yang dimasukkan korban, seperti informasi login dan rincian keuangan.

Dalam kasus BSI, peretas berhasil menginfeksi sistem perbankan, menyandera data nasabah, dan menyebabkan kebocoran data pribadi seperti nomer rekening, informasi kartu kredit, identitas diri, serta detail transaksi keuangan. Kebocoran ini membawa

dampak serius, termasuk risiko pencurian identitas, penipuan finansial, serta penyalahgunaan data pribadi. Selain itu, insiden semacam ini menjadi tantangan besar bagi institusi perbankan, karena dapat merusak kepercayaan nasabah dan menimbulkan kerugian reputasi pada institusi.

Sehari setelah insiden yang menimpa BSI pada 8 Mei 2023, Direktur Utama BSI, Hery Gunardi, mengonfirmasi adanya dugaan serangan siber yang berdampak pada gangguan layanan perbankan, sehingga perusahaan melakukan evaluasi dan penghentian sementara (temporary switch off) terhadap sejumlah layanan. Investigasi lebih lanjut mengungkapkan bahwa kelompok peretas LokBit diduga bertanggung jawab atas peretasan data nasabah BSI, mereka bahkan telah menyebarkan informasi tersebut melalui pasar gelap internet atau dark web. LokBit kemudian menuntut tebusan sebesar Rp 295,61 miliar agar data tersebut tidak dipublikasikan. (Agdelia dalam Duana et al., 2024).

Menurut kepala Lembaga riset keamanan siber CISSReC, Dr. Pratama Persadha, mengatakan belum yakin bahwa LockBit benar-benar mencuri data milik BSI karena hingga ini mereka belum memberikan sampel data sebagai bukti. Juga menyarankan agar BSI tidak membayar tebusan apa pun, karena tidak ada jaminan bahwa data yang telah dienkripsi dapat dipulihkan kembali. Langkah tersebut juga penting untuk mencegah terjadinya pemerasan lebih lanjut. Dr. Pratama Persadha juga menjelaskan bahwa bank-bank yang ada di Indonesia masih lemah terkait keamanan siber seperti bank Jatim, BRI Life, Bank Indonesia, padahal untuk era saat ini sudah mulai memasuki era digital yang menjadi prioritas. Maka

dalam masalah seperti pada serangan ransomware yang dialami BSI kurangnya keakuratan kekuatan dalam mempertahankan serangan siber. Terungkap juga kekesalan nasabah karena banyak mengalami kendala dalam bertransaksi atau trouble error bank selama empat hari lamanya dari hari senin 8 mei 2023 dan mulai membaik pada hari kamis 11 mei 2023 (BBC News Indonesia, 2023).

Kejadian peretasan data BSI mendapat perhatian besar dari media pada saat itu. Dalam konteks branding bank syariah Indonesia sebagai bank milik semua umat, spekulasi serta narasi negatif yang berkembang dalam liputan media dapat merusak citra BSI dan mendegradasi kepercayaan masyarakat terhadap bank-bank syariah. Ditambah lagi, itu semua menjadi tantangan serius bagi reputasi perbankan syariah di level nasional (BBC News Indonesia, 2023).

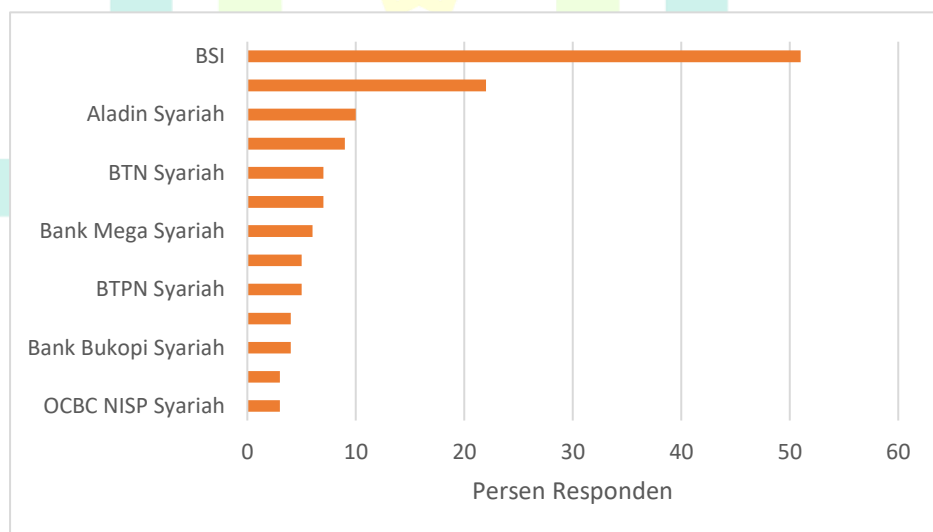
Kelemahan lain juga bank tidak transparan atas kejadian yang telah menyimpannya, menjadikan publik membuat opini sendiri tentang bank. Mengingat sudah beberapa kali kasus ini menimpa dunia perbankan, maka hal ini perlu diperhatikan, karena jika nasabah sudah hilang kepercayaan pada reputasi bank sendiri maka adanya masyarakat untuk niat menggunakan dan menjadi bagian dari nasabah di masa depan akan sangat sulit untuk dipertimbangkan (Azarine, 2024).

Dari BSI memberikan tanggapan resmi pada tanggal 8 Mei 2023, yang juga hari terjadinya insiden, BSI menyampaikan pernyataan resmi melalui akun Instagram mereka di @banksyariahindonesia. Dalam unggahan klarifikasinya menegaskan bahwa gangguan disebabkan oleh proses pemeliharaan sistem, dan permohonan maaf atas ketidak nyamanan yang ditimbulkan. Selain itu, pada tanggal 10

Mei 2023 merilis kembali siaran pers melalui laman resmi BSI yang menjelaskan lebih lengkap kepada publik mengenai komitmen untuk menjaga keamanan data dan dana nasabah, serta terus melakukan upaya normalisasi layanan secara bertahap (B. R. Maulana & Nasrulloh, 2024).

Meskipun demikian, fakta dilapangan tidak seluruh nasabah memutuskan berhenti menggunakan layanan BSI. Sebagian nasabah masih mentolerir kejadian tersebut karena menilai bahwa kualitas pelayanan yang diberikan BSI tetap baik, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan. Pelayanan yang memuaskan, serta reputasi BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia menjadi alasan nasabah tetap bertahan dan masih memiliki keinginan untuk menggunakan kembali.

Gambar 1.3
Bank Syariah Paling Banyak Digunakan di Indonesia Tahun 2023



Sumber: Katadata, 2023

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh populix, Bank Syariah Indonesia (BSI) tercatat sebagai bank syariah yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Sebanyak 51% responden menyatakan menggunakan layanan BSI, sedangkan di posisi berikutnya, BCA Syariah digunakan oleh 22% responden, disusul oleh Aladin Syariah 10%, dan Bank Muamalat 9%. Sementara itu, pengguna bank syariah lain seperti BTN Syariah 7%, CIMB Niaga Syariah 7%, Bank Mega Syariah 6%, Bank BJB Syariah 5%, BTPN Syariah 5%, Bank Sinarmas Syariah 4%, Bank Bukopin Syariah 4%, Panin Dubai Syariah Bank 3%, serta OCBC NISP Syariah 3% yang mana berada dalam jumlah yang lebih kecil pada survei ini.

Setiap industri perbankan yang sangat kompetitif saat ini harus berusaha untuk mendapatkan klien baru, mempertahankan klien yang ada, dan menjaga kepercayaan mereka. Semua bank harus berusaha untuk mempertahankan kepercayaan pelanggan, memelihara dan meningkatkan keyakinan pelanggan, ini dicapai melalui penawaran layanan dan produk berkualitas tinggi yang tak tertandingi, yang membantu membangun reputasi (Sembiring *et al.*, 2024).

Senada dengan itu studi yang dilakukan oleh penelitian S. J. Lubis (2013) bahwa reputasi merek terbukti berpengaruh signifikan terhadap repurchase intention nasabah PT QNB Kesawen Capem Bekasi, semakin kuat dan positif citra serta reputasi yang dimiliki perusahaan, semakin besar pula peluang nasabah untuk tetap setia dan melakukan pembelian ulang. Studi dari penelitian Kirana & Basiya (2024) menyatakan bahwa persepsi risiko berpengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta minat beli ulang, meskipun pelanggan tidak mampu memediasi hubungan tersebut, sehingga pengaruhnya lebih bersifat langsung. Diperkuat oleh studi penelitian Awaliyah (2021) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna aplikasi BSI Mobile di DKI Jakarta, yang menegaskan bahwa semakin baik pelayanan yang diberikan, semakin tinggi pula kecenderungan nasabah untuk melakukan pembelian ulang.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya karena mengkaji kondisi pasca gangguan sistem dugaan serangan ransomware pada BSI, di mana terjadi ketidaksesuaian antara meningkatnya risiko dan kekecewaan nasabah dengan fakta bahwa sebagian nasabah tetap menggunakan layanan BSI. Penelitian ini secara khusus menyoroti bagaimana reputasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan memengaruhi repurchase intention layanan BSI.

Penelitian bertujuan untuk memahami pentingnya menjaga reputasi dalam industri perbankan, khususnya perbankan syariah, dalam rangka membangun dan mempertahankan kepercayaan nasabah. Seperti reputasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan merupakan elemen penting dalam hubungan antara bank dan nasabah.

Temuan dari riset ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik serta wawasan untuk industri perbankan syariah dalam mengelola dan mengoptimalkan layanan yang lebih strategis. Maka dari itu, kajian ini difokuskan meneliti **“Pengaruh Reputasi Merek,**

Persepsi Risiko, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap *Repurchase Intention* Layanan Bank Syariah Indonesia Pasca Gangguan Sistem Dugaan Serangan Ransomware (Studi Kasus Pada Nasabah BSI di Kota dan Kabupaten Pekalongan) ”.

B. Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian di atas, maka masalah penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh reputasi merek secara persial terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh persepsi risiko secara persial terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia?
3. Bagaimana kualitas pelayanan secara persial terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia?
4. Bagaimana pengaruh reputasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah dan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh reputasi merek secara persial terhadap repurchase intention layanna Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh persepsi risiko secara persial terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia.

3. Untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan secara persial terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia.
4. Untuk menganalisis pengaruh reputasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu di bidang manajemen pemasaran jasa dan perbankan digital. Dengan mengkaji pengaruh reputasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan terhadap repurchase intention layanan Bank Syariah Indonesia, penelitian ini dapat memperkaya literatur terkait perilaku konsumen serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang menyoroti isu keamanan siber dan niat beli ulang nasabah pada layanan perbankan.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Bank Syariah Indonesia: Temuan penelitian dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan masukan dalam memperkuat kualitas layanan, menjaga reputasi, serta mengelola persepsi risiko nasabah setelah terjadinya gangguan sistem, sehingga mampu mendorong niat beli ulang nasabah serta mempertahankan daya saing perbankan syariah di era digital.

- b. Bagi penulis: penelitian bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terkait industri perbankan syariah, khususnya dalam memahami dinamika layanan bank serta tantangan yang dihadapi pasca gangguan sistem.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini disusun dalam beberapa bab yang saling terhubung dan membentuk satu kesatuan yang utuh, dengan penjelasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Membahas latar belakang penelitian yang menguraikan fenomena gangguan sistem akibat dugaan serangan ransomware serta dampaknya terhadap keberlanjutan usaha dan minat penggunaan ulang layanan perbankan syariah, khususnya pada Bank Syariah Indonesia. Selain itu, memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Dengan demikian, menjadi dasar dan alasan pentingnya penelitian dilakukan, baik dari sisi akademis maupun praktis.

BAB II Teori

Menguraikan teori-teori yang menjadi dasar penelitian, seperti Theory of Planned Behavior (TPB), serta konsep reputasi merek, persepsi risiko, kualitas pelayanan, dan repurchase intention. Pada bagian ini juga disajikan penelitian terdahulu yang relevan serta kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian. Bab yang menjadi

pijakan teoritis untuk menjelaskan hubungan antara variabel yang diteliti.

BAB III Metode Penelitian

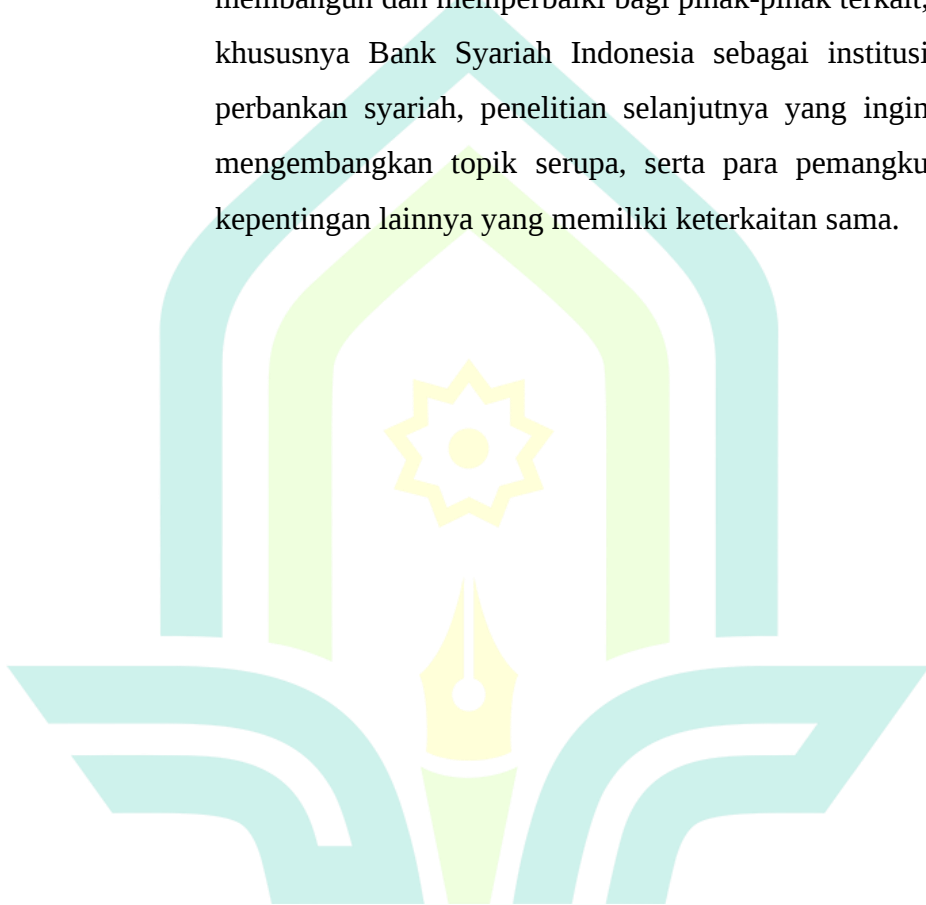
Menjelaskan jenis dan pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu penelitian kuantitatif dengan metode survei. Diuraikan pula mengenai populasi dan sampel penelitian yang merupakan nasabah BSI di kota dan kabupaten pekalongan, teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan melalui online dan penelitian langsung ditempat yaitu di BSI KC Pekalongan Pemuda, serta teknik analisis data menggunakan uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Dijelaskan juga bagaimana data diperoleh dan diolah secara sistematis.

BAB IV Analisis Data Dan Pembahasan

Menyajikan hasil pengolahan data serta analisis statistik yang telah dilakukan. Dijelaskan gambaran responden, hasil uji instrumen, serta hasil pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan. Dan mengaitkan hasil statistik dengan gambaran langsung yang dirasakan oleh nasabah, di mana reoutasi merek, persepsi risiko, dan kualitas pelayanan menjadi pertimbangan utama dalam memutuskan penggunaan ulang layanan, terutama pasca gangguan sistem.

BAB V Penutup

Memaparkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya sehingga mampu menjawab secara jelas rumusan masalah yang telah ditetapkan. Adapun saran yang disampaikan diarahkan sebagai masukan yang membangun dan memperbaiki bagi pihak-pihak terkait, khususnya Bank Syariah Indonesia sebagai institusi perbankan syariah, penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan topik serupa, serta para pemangku kepentingan lainnya yang memiliki keterkaitan sama.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel Reputasi Merek (X_1), Persepsi Risiko (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap repurchase intention, dengan seluruh nilai signifikansi $< 0,05$ dan t hitung $> t$ tabel 1.983. Secara simultan, ketiganya juga berpengaruh signifikan dengan nilai F hitung 62.283 dan signifikansi $0.000 < 0.05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.661 menunjukkan bahwa 66.1% variasi repurchase intention dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sementara 33.9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian.

Usaha beridentitas syariah di mata masyarakat umumnya dipandang memiliki nilai moral dan religius yang kuat, seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dalam setiap proses layanan, sehingga membentuk persepsi bahwa layanan tersebut aman dan dapat dipercaya. Namun, ketika terjadi gangguan sistem, nasabah menjadi lebih waspada dan selektif dalam mengambil keputusan. Di sinilah terlihat bahwa nasabah tetap bersikap rasional seperti mereka tetap menghargai nilai-nilai syariah, tetapi juga menilai secara objektif bagaimana bank mengelola risiko, menjaga keamanan sistem, serta memberikan pelayanan dan solusi setelah gangguan terjadi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa ketika reputasi merek terjaga, risiko dikelola dengan baik, dan kualitas pelayanan diberikan

secara optimal, maka nilai-nilai syariah tidak hanya berhenti pada label atau identitas formal, melainkan menjadi kekuatan dalam mempertahankan nasabah. Hal tersebut, selaras dengan kebutuhan nasabah untuk merasa percaya, aman, dan dihargai melalui pelayanan yang konsisten. Karena itu, meskipun pernah terjadi gangguan sistem, nasabah tetap cenderung menggunakan kembali layanan selama mereka melihat adanya tanggung jawab, transparansi, dan perbaikan yang sungguh-sungguh dari pihak bank.

B. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini terdapat pada akses pelaksanaan penelitian di kantor cabang Bank Syariah Indonesia yang berada di kabupaten pekalongan. Penelitian tidak dapat dilakukan secara langsung di lokasi karena prosedur perizinan yang cukup ketat dan memerlukan persetujuan terlebih dahulu dari pihak pusat.

C. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Perbankan Syariah
 - a. Bank Syariah Indonesia diharapkan dapat terus menjaga dan meningkatkan reputasi merek melalui konsistensi dalam memberikan layanna yang professional, transparan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Reputasi yang baik akan memperkuat kepercayaan nasabah dan mendorong minat mereka untuk terus menggunakan kembali layanan Bank Syariah Indonesia.
 - b. Bank Syariah Indonesia perlu meningkatkan upaya dalam pengelolaan dan komunikasi terkait persepsi risiko,

khususnya yang berkaitan dengan keamanan data, keandalan sistem, dan perlindungan transaksi digital. Penyampaian informasi yang jelas dan terbuka kepada nasabah mengenai sistem keamanan dan mitigasi risiko diharapkan dapat meningkatkan rasa aman serta kepercayaan nasabah.

- c. Peningkatan kualitas pelayanan harus terus menjadi fokus utama, baik pada layanan langsung maupun layanan digital. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif, serta kemudahan dalam mengakses layanan perbankan, dapat memberikan pengalaman positif bagi nasabah dan meningkatkan minat beli ulang (repurchase intention).
 - d. Bank Syariah Indonesia juga disarankan untuk secara berkala melakukan evaluasi dan inovasi layanan guna menyesuaikan dengan kebutuhan dan harapan nasabah, sehingga kualitas pelayanan dan citra bank tetap terjaga dalam jangka panjang.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel atau memperluas wilayah penelitian, sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih mempresentasikan kondisi nasabah secara umum dan memiliki Tingkat generalisasi yang lebih baik.
 - b. Penelitian berikutnya disarankan untuk melakukan pengembangan terhadap instrumen penelitian dengan memperluas cakupan pengukuran, sehingga hasil yang diperoleh mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh terhadap fenomena yang diteliti.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan bahan pembelajaran bagi pembaca dalam memahami factor-faktor yang memengaruhi minat beli ulang (repurchase intenrtion) nasabah pada layanan perbankan syariah. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pembaca dalam menilai pentingnya reputasi merek, pengelolaan risiko, dan kualitas pelayanan dalam memilih serta menggunakan layanan perbankan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adelian, G., Bangsawan, S., & Roslina. (2024). The influence of e-service quality, perceived risk and customer trust in repurchase intentions (study on Indonesian Shopee e-commerce users). *Journal of Economics, Finance And Management Studies*, 07(04), 2017–2024. <https://doi.org/10.47191/jefms/v7-i4-26>
- Ajzen. (2005). *Attitudes, personality, and behaviour*. RefineCatch, Limited, Bungay, Suffolk.
- Anggraini, S. T. (2023). *Pengaruh persepsi risiko dan kemudahan penggunaan terhadap minat beli dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (studi pada penggunaan tiktok shop di DKI Jakarta)*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/55881/1/19510116.pdf>
- Aninda, Z. N., & Roosdhani, M. R. (2024). Exploring the service quality's impact on repurchase intention in service courier customers. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 6(1), 88–107. <https://doi.org/10.24167/jmbe.v6i1.11279>
- Awaliyah, N. (2021). Pengaruh kepercayaan, kepuasan, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang nasabah bank syariah Indonesia pengguna aplikasi BSI Mobile di DKI Jakarta. In *Skripsi*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57294/1/NAHDIYAH-AWALIYAH-FEB.pdf>
- BBC News Indonesia. (2023). *BSI diduga kena serangan siber, pengamat sebut sistem pertahanan bank "tidak kuat."* BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cn01gdr7eero>
- BPS. (2024). *Jumlah penduduk menurut kabupaten/kota di Jawa Tengah (Jawa)*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah. <https://jateng.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzY2IzI=/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-jawa-tengah.html>
- Chaniifaa, S. S. (2024). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan*

merek terhadap niat beli ulang melalui kepuasan konsumen sebagai mediasi pada maxim [Universitas Katolik Parahyangan]. <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/19249>

Duana, G. R., Masyar, A., & Wulandari, C. (2024). Tinjauan teori kriminologi dalam kejahatan siber (kasus kebocoran data nasabah). *Jurnal Prioris*, 11(2), 161–174. <https://doi.org/10.25105/prio.v11i2.18959>

Evana, S. S., & Kussudyarsana. (2025). The influence of customer experience, brand reputation, and brand trust on repurchase intention of wardah cosmetic products. *Jurnal Economic Resource*, 8(1), 254–268. <https://doi.org/10.57178/jer.v8i1.1322>

Firdaus, A., Malini, H., Afifah, N., Azazi, A., & Fitriana, A. (2023). The influence of service quality and perceived risk on repurchase intention with customer satisfaction as mediation. *Journal of Management*, 13(5), 3082–3096. <https://www.enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/1747>

Ghozali, I. (2009). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23* (8 (Ed.)). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hafizh Alim Ibnu Fatahillah. (2025). *Analisis determinasi penggunaan asuransi syariah pada alumni uii berdasarkan theory of planned behavior*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/56810>

Hasil Pengolahan Data Primer SPSS 27. (2025).

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode penelitian* (M. Pradana (Ed.)). CV. Eureka Media Aksara.

- Katadata. (2023). *Bank syariah yang digunakan responden*.
<https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/6c1c62859ea28f2/bsi-bank-syariah-yang-palin-g-banyak-digunakan-masyarakat-indonesia>
- Khairunissa, S., & Farida, N. (2021). Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap repurchase intention melalui kepuasan (studi pada bpr catur artha jaya di kudu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 833–834. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.29823>
- Khotimah, F. N. (2021). *Pengaruh persepsi risiko dan expectation confirmation model terhadap niat pembelian ulang melalui Mcdonald's APP*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/37060>
- Khusna, N., & Pratama, V. Y. (2021). Persepsi masyarakat mengenai kesyariahan perbankan syariah terhadap preferensi menjadi nasabah bank syariah. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(2), 310–322. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i2.22>
- Kirana, D. G., & Basiya, R. (2024). Pengaruh trust dan perceived risk terhadap minat beli ulang dimediasi oleh kepuasan pelanggan studi pada pelanggan produk skincare di marketplace shopee. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(1), 2690–2701. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/4356/2431/23102>
- Lidiawan, A. R., & Laely, N. (2023). *Membangun reputasi perusahaan melalui kepuasan pelanggan dengan menggunakan e-banking* (D. P. Pamungkas & Desain (Eds.)). CV. Kasih Inovasi Teknologi.
- Lubis, S. J. (2013). *Pengaruh re-branding dan reputasi merek terhadap intensi pembelian kembali (re-purchase intention) (studi kasus pt qnb kesawan capembekasi)*. <https://repository.mercubuana.ac.id/15156/>

- Luthfiani, D. A., & Susila, I. (2025). Analisis pengaruh security dan reliable payment system terhadap repurchase intention dimediasi oleh brand trust pada platform digital perjalanan agoda. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 67–69.
- Mahmudin. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan qudwah mart di lebak. *aksioma al-musaqoh: Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 5(1), 26. file:///C:/Users/my PC/Down loads/jadmin,+003+mahmudin+new+22-41.pdf
- Maslim, A. S. W., & Andayani, S. (2023). Penerapan metode theory of planned behavior untuk tingkat kepercayaan pelanggan terhadap minat belanja online. *JuSiTik: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1), 8. <https://doi.org/10.32524/jusitik.v7i1.1038>
- Maulana, B. R., & Nasrulloh, N. (2024). Analisis strategi pemulihan citra bank syariah indonesia pasca dugaan serangan siber. *Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan*, 8(1), 82–83.
- Maulana, L., & Fitriana, N. (2023). Analisis Dampak insiden bsi eror dan dugaan hacking bank syariah indonesia (bsi) terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah bank syariah indonesia di kabupaten subang. *Jurnal Ilmu Islam*, 7(3), 1756–1761.
- Nurhasanah, S., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi: studi pada jasa layanan logistik. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 746–747. <https://journal.unj.ac.id/unj/index.php/jbmk/article/view/31791>
- Nurmanto, D., Mulyanto, H., Wiyatno, T. N., Purnamasari, P., Hamzah, & Putra, M. M. (2024). Faktor pengaruh reputasi dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang konsumen pada platform e-commerce shopee. *Jurnal Karya Ilmiah*, 24(1), 37. <https://doi.org/10.31599/h1ctjy38>

- Purnamawati, N. L. A., Mitariani, N. W. E., & Anggraini, N. P. N. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat beli ulang di bandung collection kecamatan kuta utara, badung. *Online Internasional & Nasional*, 1(3), 171–181. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/value/article/view/1302>
- Rizkiawan, A., Kadi, D. C. A., & Setiawan, H. (2024). Pengaruh reputasi merek, kualitas produk, dan harga terhadap repurchase intention produk respiro ridingware madiun. *Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 6, 1–14. <https://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/6523>
- Rohmah, D. A. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening (survei pada pelanggan summer photo studio malang)*. <http://etheses.uin-malang.ac.id/14761/1/15510221.pdf>
- Salma, D. A., & Harun, P. (2023). Pengaruh persepsi: risiko, manfaat dan kemudahan terhadap keputusan pembelian melalui kiblat beli mandiri tabungan berencana studi kasus PT Bank Mandiri(Persero) Tbk. kantor cabang jakarta taman rencana. *Jurnal of Accounting, Management, And Islamic Economics*, 1(1), 173.
- Schiffman, L., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (P. and bound by Vivar (Ed.); Global Edi). British Library. https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781292269269_A37760957/preview-9781292269269_A37760957.pdf
- Sembiring, E. R. M., Nurbaiti, N., & Daulay, A. N. (2024). Pengaruh ancaman siber ransomware dan gangguan sistem layanan mobile banking terhadap kepercayaan nasabah pada. *Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 5(4), 880–887.
- Setyorini, A. R., Ngatno, & Hidayat, W. (2022). Pengaruh Kualitas pelayanan dan kesadaran merek terhadap niat beli ulang dengan

- kepuasan pelanggan sebagai mediator (gelael supermarket mall ciputra semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 662. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/35930/27906>
- Sisdiyantoro, K., Isro'iyah, L., & Nugroho, B. P. D. (2024). The effect of service quality on customers' satisfaction and word of mouth. *Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 3(1), 11–12. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2020-02.09>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif* (Setiyawami (Ed.)). Alfabeta Bandung. cvalfabeta.com
- Sulistiyowati, W. (2018). *Kualitas layanan: teori dan aplikasinya* (M. P. Septi Budi Sartika & M. K. M. Tanzil Multazam , S.H. (Eds.)). UMSIDA PRESS.
- Wakil, A., Maulida, Z., Lestari, F. P., Violin, V., Satyanegara, D., Maknunah, L. U., Sudirman, A., Farani, D. B., & Wijaya, I. G. B. (2024). Konsep Dasar Manajemen Pemasaran. In E. Damayanti (Ed.), *Penambahan natrium benzoat dan kalium sorbat (antiinversi) dan kecepatan pengadukan sebagai upaya penghambatan reaksi inversi pada nira tebu*. Widina Media Utama.
- Wati, E. S., Fasa, M. I., & Suharto. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal Akutansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi*, 3(1), 57. <https://doi.org/10.32507/ajei.v12i2.892>
- Widjajanta, B., Rahayu, A., & Salsabila, A. (2020). Pengaruh perceived quality dan brand reputation terhadap repurchase intention pada reviewers sepatu bata aplikasi shopee. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 20(1), 51. <https://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/view/27094>
- Zulfikar, R., Sari, F. P., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Sri Jumini, N., Linggi, A. I., Annisa, S., Kusumawardhani, O. B.,

Mutiah, R., & Fadilah, H. (2024). Metode penelitian kuantitatif (teori, metode dan praktik). In E. Damayanti (Ed.), *Jurnal Ilmu Pendidikan* (Vol. 7, Issue 2). Widina Media Utama. <https://repository.penerbitwidina.com/media/publications/567988-metode-penelitian-kuantitatif-teori-meto-21bd971e.pdf>

