



Pengaruh Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking

Muh. Sajjaj Sudirman ^{a,1,*}, Muhammad Imran ^{b,2}, Dimas Prayoga ^{c,3}

^a IAIN Ternate, Indonesia

^{b,c} IAIN Kendari, Indonesia

¹ sajjajsudirman@iain-ternate.ac.id*; ² muhimran@iainTernate.ac.id; ³ dimaspravoga95DP@gmail.com

* corresponding author

INFO ARTIKEL

Kemajuan Artikel

Masuk

3 Februari 2024

Diperbaiki

29 Maret 2024

Diterima

3 April 2024

Keywords

BSI Mobile

Risiko

Service Quality

Loyalitas

Kata Kunci

BSI Mobile

Risiko

Kualitas Layanan

Loyalitas

ABSTRACT

This study aims to see and examine the effect of risk and service quality on customer loyalty using BSI Mobile Banking for IAIN Ternate students. The source of data used in this study is primary data in the form of a questionnaire. This method uses a quantitative method, with a sample of 100 respondents from IAIN Ternate students who use BSI Mobile Banking, while the data collection technique used is a questionnaire method and processed using the SPSS program. From the results of data processing, it shows that the variables of Risk and Quality of Service all have a significant effect on the variable of customer loyalty in IAIN Ternate students.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menguji pengaruh risiko dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pengguna BSI mobile banking pada mahasiswa IAIN Ternate. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer berupa kuesioner. Metode ini menggunakan metode kuantitatif, dengan sampel 100 responden mahasiswa IAIN Ternate yang menggunakan BSI mobile banking, sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode angket dan diolah menggunakan program SPSS. Dari hasil pengolahan data tersebut menunjukkan bahwa variabel risiko dan kualitas layanan seluruhnya berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah pada mahasiswa IAIN Ternate.

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



1. Pendahuluan

Generasi milenial adalah kelompok yang sangat terhubung secara sosial dan dampak signifikan dari internet telah membentuk kondisi generasi saat ini. Tampak jelas bahwa mereka termasuk dalam generasi informasi, di mana akses ke berbagai informasi telah terbuka secara luas melalui internet (Angela & Effendi, 2015). Bagi sektor perbankan, transformasi digital bukanlah sekadar pilihan, melainkan suatu keharusan dan tanggung jawab. Hal ini dikarenakan ekspektasi nasabah yang menuntut kecepatan, kemudahan, fleksibilitas, kenyamanan, dan ketersediaan layanan sepanjang waktu. Oleh karena itu,

beberapa lembaga perbankan di Indonesia telah memulai kampanye dan melakukan investasi besar-besaran untuk menjalani transformasi menuju layanan digital. Transformasi digital dipandang sebagai pendekatan baru dalam berbisnis karena potensinya untuk mengurangi biaya operasional, dan tidak sekadar mendigitalisasi produk yang sudah ada, melainkan merombak pola pikir sesuai dengan perilaku dan kebutuhan masyarakat (Marlina & Bimo, 2018). Menurut (Sudirman, 2022) semakin tinggi pengetahuan seseorang mengenai layanan digitalisasi maka pengguna aplikasi berbasis layanan akan mudah diterapkan. Tantangan utama bagi perbankan syariah adalah bagaimana menciptakan kepercayaan, kemudahan, kenyamanan, dan keamanan bagi nasabah, dengan harapan bahwa hal ini akan berkontribusi positif terhadap tingkat loyalitas nasabah. Terutama karena perbankan syariah merupakan hal yang relatif baru di Indonesia, terutama di kalangan masyarakat muslim, upaya untuk membangun kepercayaan dan memberikan pengalaman positif bagi nasabah menjadi fokus utama (Maguni, 2008) dan Peristiwa seperti pembobolan terhadap mesin ATM pernah terjadi, kejadian semacam ini dapat menurunkan tingkat kepercayaan, keamanan, dan kesetiaan nasabah terhadap transaksi, terutama karena sebagian besar, yaitu 75% dari transaksi perbankan dilakukan secara online.

Risiko dan ancaman utama yang dihadapi oleh lembaga keuangan adalah melibatkan tingginya tingkat kejahatan yang timbul dari jaringan internet. Data Bank Indonesia menunjukkan bahwa tingkat kejahatan pembobolan kartu kredit di Indonesia menduduki peringkat tiga tertinggi di Asia Tenggara untuk tindakan kejahatan pencurian data kartu kredit. Bank Indonesia mencatat bahwa kejahatan kartu kredit yang sering terjadi di Indonesia melibatkan kejahatan dunia maya dengan modus operandi pencurian identitas dan card not present (CNP). Para pelaku kejahatan umumnya menggunakan cara dengan mencuri dan menjual data serta daftar nasabah yang berisi informasi pemegang kartu kredit, yang diperoleh dari tim pemasaran salah satu bank (Insawan & Alwahidin, 2021), hal ini yang kemudian dapat menurunkan tingkat kepercayaan dan kelayakan nasabah. Nasabah yang kecewa dengan kualitas yang diberikan oleh pihak bank akhirnya berpindah ke bank lain akibat risiko-risiko yang merugikan nasabah.

Selain risiko layanan, kualitas layanan juga menjadi salah satu faktor penting kelayakan nasabah. Menurut (Rasyid, 2017) jika persepsi pelanggan terhadap layanan sesuai dengan ekspektasinya, maka kualitas pelayanan dianggap baik. Sebaliknya, ketika tanggapan nasabah terhadap layanan tidak sesuai dengan harapannya, kualitas layanan dianggap buruk. Oleh karena itu, kesan layanan berkualitas bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk secara konsisten memenuhi harapan nasabah. Menurut penelitian (Saselah et al., 2019) evaluasi terhadap kualitas layanan yang konsisten dan unggul akan mengarah pada persepsi bahwa layanan yang digunakan adalah yang terbaik. Dengan demikian, hal ini dapat menghasilkan penilaian yang memuaskan, mendorong nasabah untuk terus menggunakan layanan tersebut di masa depan dan membangun loyalitas nasabah dan Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Makanyeza & Chikazhe, 2017) jika kualitas layanan terus mengalami peningkatan, nasabah cenderung akan memperlihatkan loyalitas.

Kualitas pelayanan menjadi salah satu indikator untuk kelayakan nasabah. Jika lembaga perbankan tidak berhasil memenuhi kebutuhan nasabah, maka tingkat kelayakan nasabah akan menurun. Sebaliknya, jika perbankan berhasil memenuhi kebutuhan nasabah, kelayakan nasabah akan meningkat. Jika perbankan dapat melebihi harapan nasabah, maka tingkat kepuasan nasabah akan berdampak pada tingkat kelayakan nasabah yang semakin tinggi. Penerapan layanan mobile banking telah memberikan kemudahan dan manfaat signifikan bagi nasabah. Selain itu, perbankan dapat meraih keuntungan yang substansial seiring dengan peningkatan jumlah pengguna layanan mobile banking. Fasilitas yang diberikan oleh bank membuktikan kualitas layanannya dan meningkatkan kepercayaan nasabah. Penelitian lain yang membahas mengenai kualitas layanan adalah penelitian yang dilakukan oleh (Wibiadila, 2016) yang dimana Penelitian ini mengulas pengaruh kualitas layanan terhadap minat nasabah dalam mengadopsi mobile banking, dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Pernyataan di atas juga di dukung oleh Penelitian yang pernah dilakukan oleh (Naim et al., 2019) yang juga membahas mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah Bukopin di makassar, yang dimana hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Bukopin di Makassar. Namun, perlu dicatat bahwa tidak selalu kualitas layanan memiliki dampak terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Agiesta et al., 2021) yang membahas pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan Ka lokal Bandung raya, ditemukan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Menurut (Febrianta & Indrawati, 2016) Untuk menciptakan loyalitas nasabah, bank perlu memahami cara memberikan kepuasan secara maksimal kepada nasabah melalui pemanfaatan kualitas layanan mobile banking. Loyalitas dan risiko layanan memegang peranan krusial dalam menjaga kelangsungan bisnis perbankan. Kesetiaan nasabah menjadi elemen yang sangat esensial dan menjadi fokus utama perbankan untuk meningkatkan standar kualitas layanan mereka. Jika nasabah merasa bahwa layanan dan keamanan yang diberikan memenuhi standar kualitas dan sesuai dengan harapan mereka, hal tersebut akan menghasilkan kepuasan, kepercayaan, dan komitmen untuk tetap menjadi nasabah yang setia.

Dari beberapa uraian latar belakang dan research gaap tersebut. Maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Risiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna BSI Mobile Banking” yaitu mahasiswa IAIN Ternate yang menggunakan mobil banking.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Risiko

Bagastia menyatakan bahwa risiko adalah bentuk ketidakpastian yang memiliki potensi untuk menimbulkan kerugian dalam pengambilan keputusan. Ketidakpastian ini adalah kondisi yang tidak dapat diprediksi sebelumnya. Dia mendefinisikan risiko sebagai potensi terjadinya hasil yang tidak diinginkan, sehingga risiko hanya terkait dengan situasi yang memungkinkan munculnya hasil negatif dan berhubungan dengan kemampuan untuk memperkirakan kemungkinan terjadinya hasil negatif (Mukhtisar et al., 2021), sedangkan Menurut Naqib dalam (Nandavita, 2022) risiko adalah sudut pandang negatif dari perspektif konsumen atau dari sejumlah aktivitas, yang berdasarkan pada kemungkinan hasil yang tidak diinginkan dan dapat membuat hasil tersebut menjadi kenyataan. Risiko memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan. Semakin kecil risiko yang dihadapi oleh individu, maka tingkat kepercayaannya cenderung lebih tinggi, sebaliknya, semakin besar risiko yang dihadapi oleh individu, maka tingkat kepercayaannya cenderung lebih rendah. Risiko bisa dikelola dengan berbagai cara seperti penghindaran, ditahan, difersivikasikan atau ditransfer ke pihak lainnya (Nilasari & Ismunawan, 2021).

2.2. Teori Kualitas Layanan

Menurut Wahyuningsih dalam (Magfira et al., 2021) Kualitas layanan mencerminkan tingkat keunggulan yang diharapkan untuk mengendalikan standar keunggulan tersebut agar sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam konsep kualitas layanan, terdapat dua faktor utama yang memiliki dampak signifikan terhadap kualitas layanan itu sendiri, yakni layanan yang diharapkan (*expected service*) dan persepsi layanan (*perceived service*), sedangkan menurut muhammad dalam (Nurhadi & Kurniawan, 2018) Pelayanan merupakan suatu kewajiban yang harus dioperasikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Untuk memastikan bahwa pelayanan di perusahaan jasa berjalan dengan lebih terstruktur, semua pihak perlu mengikuti pedoman dan prinsip-prinsip yang telah diatur dalam ajaran Islam.

2.3. Teori Loyalitas

Menurut (Nurudin, 2018) Membangun kesetiaan nasabah dapat dilakukan dengan mengimplementasikan sistem manajemen hubungan pelanggan *customer relationship management* (CRM) yang efektif. Perusahaan merancang basis data dengan informasi yang komprehensif guna memberikan penawaran yang sesuai dengan preferensi pelanggan. Melalui sistem CRM, perusahaan dapat memastikan pengalaman yang memuaskan sesuai dengan harapan nasabah, sedangkan menurut (Suryati, 2015) Loyalitas melibatkan pola pikir, perilaku, keyakinan, dan keinginan. Dari segi teknis, loyalitas dapat tumbuh melalui pendekatan persuasif yang mendorong dan memperluas sikap berpikir positif serta perilaku positif. Tjiptono dalam (Priantoro & Yudiana, 2021) Peran loyalitas adalah menciptakan harmoni dalam hubungan antara pemikiran dan tindakan. Loyalitas menitikberatkan pada pola pembelian konsumen, seperti partisipasi dalam promosi dan kemungkinan terjadinya pembelian.

2.4. Hipotesis

Risiko telah terbukti menjadi faktor yang berpengaruh signifikan terhadap tingkat kesetiaan pelanggan terhadap layanan perbankan mobile BSI, seperti yang ditunjukkan dalam studi yang dilakukan oleh (Hendri, 2020). Penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t (parsial) menemukan nilai signifikansi variabel risiko sebesar 0,000, yang jelas berada di bawah ambang signifikansi yang telah ditetapkan sebesar 0,05. Kesimpulan ini menegaskan bahwa risiko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kesetiaan nasabah. Oleh karena itu, berdasarkan hasil temuan ini, hipotesis yang dapat dirumuskan dari penelitian ini adalah:

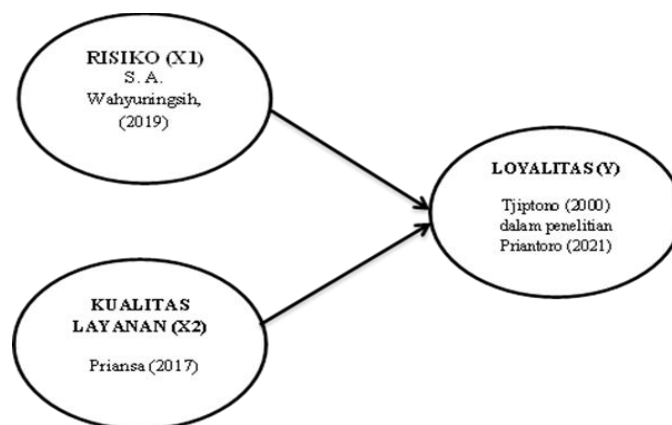
H1 = Risiko berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada mahasiswa IAIN Ternate dalam menggunakan BSI Mobile banking.

Salah satu elemen yang memengaruhi kesetiaan pelanggan terhadap penggunaan mobile banking adalah kualitas layanan, sebuah aspek yang telah dianalisis dalam penelitian oleh (Naim et al., 2019). Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap kesetiaan nasabah, sebagaimana yang terungkap melalui hasil uji t (parsial) dengan nilai signifikansi sebesar 0,006, yang jauh lebih kecil dari 0,05. Artinya, variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesetiaan pelanggan. Berdasarkan informasi tersebut, penelitian ini dapat merumuskan hipotesis:

H2 = Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada mahasiswa IAIN Ternate dalam menggunakan BSI Mobile banking.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Wibiadila, 2016) setelah menguji hipotesis menggunakan uji f (simultan), ditemukan bahwa baik risiko maupun kualitas layanan memiliki dampak terhadap tingkat kesetiaan nasabah terhadap penggunaan mobile banking. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini mengembangkan hipotesis:

H3 = Risiko dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada mahasiswa IAIN Ternate dalam menggunakan BSI mobile banking.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian asosiatif yang merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala (Sujarweni & Utami, 2019). Populasi yang di ambil dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa IAIN Ternate yang menggunakan layanan BSI mobile banking, yang dimana sebagian mahasiswa IAIN Ternate berasal dari daerah yang berbeda. Adapun jumlah populasi yang akan digunakan pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, oleh karena itu peneliti mengambil rumus pendekatan isac michel pada buku (Siregar, 2013) yang dimana rumus ini digunakan untuk populasi yang tidak diketahui.

$$n = \frac{(Z_{\frac{\alpha}{2}})^2 p \times q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{(0,10)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

n = 96 orang, dibulatkan menjadi 100 responden.

4. Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan aplikasi BSI mobil banking sebanyak 100 orang dengan menggunakan kuesioner/angket berupa google form ataupun turun langsung, data profil responden yang menjadi objek penelitian disajikan dalam bentuk tabel. Data responden yang menggunakan BSI mobile banking adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Judul Tabel

No	Penggunaan	Jumlah	Persentase
1	Ya	100	100%
2	Tidak	0	0%
Jumlah		100	100%

Sumber: Program SPSS, Composite Reability, 2023

4.1. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan dari hasil olah data seperti pada Tabel 2 atas nilai composite reability masing-masing indikator variabel > 0.7, Nilai indikator variabel risiko (X1) adalah 0.914 (0.914 > 0.7), nilai indikator variabel Kualitas Layanan (X2) adalah 0.962 (0.962 > 0.7) dan nilai indikator variabel loyalitas (Y) adalah 0.942 (0.942 > 0.7). yang artinya masing-masing indikator dari ke 3 variabel tersebut reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

	Composite Reliability
Kualitas Layanan (X2)	0.962
Loyalitas (Y)	0.942
Risiko (X1)	0.914

Sumber: Program SPSS, Composite Reability, 2023

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa nilai R-Square pada variabel dependen sebesar 0.858, yang artinya bahwa pengaruh variabel risiko (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap variabel loyalitas (Y) memberikan nilai sebesar 0.868 yang dapat di interpretasikan bahwa variabel loyalitas dapat dijelaskan oleh variabel risiko (X1) dan kualitas layanan (X2) sebesar 85,8% sedangkan sisanya 14,2% dijelaskan oleh variable lain.

Tabel 3. Koefisien Determinan (R Square)

	R Square
Loyalitas (Y)	0.868

Sumber: Program SPSS, Composite Reability, 2023

Dapat dilihat bahwa pengaruh terbesar ditunjukkan pada indikator variabel kualitas layanan dengan nilai 8,478. pengaruh terbesar kedua adalah pengaruh indikator variabel risiko dengan nilai sebesar 2,483.

Tabel 4. Path Coefficient

Model	(O)	(M)	(S)	T Statistik	P Values
Risiko > Loyalitas	0.220	0.234	0.089	2.483	0.013
Kualitas Layanan > Loyalitas	0.725	0.711	0.086	8,478	0.000

Sumber: Program SPSS, Path Coefficient, 2023

4.2. Pengaruh Risiko (X₁) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari Tabel 4 dapat terlihat bahwa output path coefficient menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel risiko (X₁) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 2,483 yang dimana nilai ini > t tabel (1,985), yang artinya risiko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah secara parsial. Nilai koefisien pada variabel risiko pada output path coefficient sebesar 0,220 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh risiko terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat risiko tidak menurunkan loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking. Dengan kata lain nasabah percaya akan keamanan serta jaminan yang disediakan oleh pihak perbankan menggunakan mobile banking dalam meningkatkan keamanan dan memberikan jaminan yang lebih baik dalam penggunaan mobile banking yang dapat memicu peningkatan tingkat kepercayaan nasabah. Hal ini kemudian dapat mendukung terbentuknya loyalitas yang lebih kuat dari nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 yang menyatakan bahwa risiko berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking diterima. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hendri, 2020) yang juga membahas mengenai risiko terhadap loyalitas menggunakan mobile banking, hasil yang ditemukan pada penelitian ini adalah risiko berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Cabang Kota Bengkulu.

4.3. Pengaruh Kualitas Layanan (X₂) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari tabel 4 dapat terlihat bahwa output path coefficient menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel kualitas layanan (X₂) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 8,487 yang dimana nilai ini > t tabel (1,985), yang artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah secara parsial. Nilai koefisien pada variabel kualitas layanan pada output path coefficient sebesar 0,725 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat kualitas layanan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking. Dengan kata lain nasabah merasa nyaman dan mudah dalam mengoprasionalkan BSI mobile banking serta layanan yang disediakan oleh perbankan menggunakan mobile banking sangat bervariasi yang sangat membantu nasabah. Nasabah dapat dengan mudah melakukan berbagai transaksi. Fitur-fitur seperti transfer dana, pembayaran tagihan, pengecekan saldo, dan pengelolaan portofolio keuangan merupakan sebagian dari variasi layanan yang ditawarkan. Hal ini memberikan keleluasaan bagi nasabah untuk mengakses dan mengelola keuangan mereka di mana saja dan kapan saja. Peningkatan ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan nasabah, tetapi juga menciptakan pengalaman pengguna yang lebih positif, yang dapat berkontribusi positif terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap layanan mobile banking. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan (Wibiadila,

2016) membahas dampak kualitas layanan terhadap keinginan nasabah untuk menggunakan layanan mobile banking. Temuan dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking. Temuan ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Naim et al., 2019), yang juga menginvestigasi dampak kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Bukopin di Makassar. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Bukopin di Makassar.

4.4. Pengaruh Risiko (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Dari tabel 4 dapat terlihat bahwa output path coefficient menunjukkan bahwa nilai t statistik untuk variabel risiko (X_1) dan variabel kualitas layanan (X_2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 2,483 dan 8,478 yang dimana nilai ini $>$ t tabel (1,985), yang artinya risiko dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan tingginya tingkat risiko dan kualitas layanan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking. Dengan kata lain nasabah merasa aman, nyaman dan mudah dalam mengoprasionalkan BSI mobile banking, layanan serta keamanan yang disediakan oleh pihak bank sangat bervariasi yang sangat membantu nasabah dalam bertransaksi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking diterima.

5. Penutup

5.1. Kesimpulan

Variabel risiko memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking. Hal ini terlihat dari nilai t statistik sebesar 2,483, yang lebih besar dari nilai t tabel 1,985, serta koefisien sebesar 0,220. Artinya, semakin tinggi tingkat risiko, tidak akan menurunkan kesetiaan atau loyalitas nasabah mahasiswa IAIN Ternate menggunakan BSI mobile banking. Hal ini mungkin disebabkan banyaknya mahasiswa yang percaya pada keamanan dan jaminan yang disediakan oleh BSI mobile banking.

Variabel kualitas layanan juga berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking. Terlihat dari nilai t statistik sebesar 8,478, yang lebih besar dari nilai t tabel 1,985, serta koefisien sebesar 0,725. Dengan demikian, semakin baik kualitas layanan, semakin tinggi pula loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI mobile banking.

Ketika variabel risiko dan kualitas layanan digabungkan, keduanya secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan mobile banking. Terlihat dari nilai t statistik masing-masing variabel, yaitu 2,483 dan 8,478, keduanya lebih besar dari nilai t tabel 1,985. Serta nilai koefisien masing-masing variabel, yaitu 0,220 dan 0,725. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun risiko ada, namun dengan kualitas layanan yang baik, loyalitas nasabah terhadap BSI mobile banking tetap tinggi.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini terdiri dari beberapa aspek yang perlu diperhatikan. Pertama, penelitian mungkin terbatas dalam menggeneralisasi hasil secara umum, terutama jika fokusnya terlalu spesifik pada nasabah pengguna BSI mobile banking saja, sehingga sulit mencakup keragaman pengguna dengan latar belakang dan karakteristik yang beragam. Kedua, pilihan metode penelitian juga dapat menjadi pembatas, terutama jika tidak mampu merinci semua kompleksitas faktor risiko dan kualitas layanan yang mempengaruhi loyalitas nasabah secara menyeluruh. Penggunaan metode tertentu, seperti survei atau wawancara, mungkin tidak dapat mencakup semua pengalaman nasabah secara holistik. Selain itu, perubahan cepat dalam teknologi mobile banking dapat menyebabkan keterbatasan terkait relevansi waktu penelitian, yang mungkin tidak dapat mengakomodasi perkembangan terbaru atau tren signifikan dalam perilaku nasabah yang menggunakan BSI mobile banking. Definisi variabel dan metode pengukuran juga

dapat menjadi sumber keterbatasan. Jika definisi risiko, kualitas layanan, atau loyalitas nasabah tidak cukup jelas, hasil penelitian mungkin tidak sepenuhnya mencerminkan kompleksitas sebenarnya. Terakhir, faktor eksternal seperti perubahan regulasi atau kondisi ekonomi yang tidak terduga juga dapat mempengaruhi hasil penelitian, dan penelitian ini mungkin tidak dapat meramalkan atau mengontrol variasi yang disebabkan oleh faktor-faktor di luar cakupan penelitian.

Daftar Pustaka

- Agiesta, W., Sajidin, A., & Perwito, P. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ka lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Angela, T., & Effendi, N. (2015). Faktor-faktor *Brand Loyalty Smartphone* Pada Generasi Y. *EXPERIENTIA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 3(1), 79–91.
- Febrianta, A., & Indrawati, I. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan *Mobile Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 3(3).
- Hendri, J. (2020). *Pengaruh Keamanan, Resiko Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Muamalat Cabang Kota Bengkulu)* [Instutu Agama Islam Bengkulu]. <http://repository.iainbengkulu.ac.id/4889/>
- Insawan, H., & Alwahidin, S. S. (2021). *Teknologi Informasi dan Piranti Keuangan*.
- Magfira, M., Zahara, Z., & Ponirin, P. (2021). Kualitas Pelayanan Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pasien Pada Rsud Raja Tombolotutu. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 7(1), 39–46.
- Maguni, W. (2008). Mengenal Sistem Operasional, Jasa dan Produk Perbankan Syariah. *Al-'Adl*, 1(2), 108–120.
- Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Mediators Of The Relationship Between Service Quality And Customer Loyalty: Evidence From The Banking Sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*, 35(3), 540–556. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2016-0164>
- Marlina, A., & Bimo, W. A. (2018). Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. *Inovator*, 7(1), 14–34.
- Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi Menggunakan *Mobile Banking* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 3(1), 56–72.
- Naim, R. N., Mus, A. R., Plyriadi, A., & Bahari, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Bukopin di Makassar. *CESJ: Center Of Economic Students Journal*, 2(2), 110–118.
- Nandavita, A. Y. (2022). Analisis Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Risiko Menggunakan Layanan E-Banking. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 17(2).
- Nilasari, A., & Ismunawan, I. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Risk Based Capital, Ukuran Perusahaan Dan Makroekonomi Terhadap Financial Distress. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 10(1), 55–72.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2018). Kajian tentang efektivitas pesan dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Nurudin, N. (2018). Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang). *Jurnal Stie Semarang (Edisi Elektronik)*, 10(1), 17–37.
- Priantoro, M. A., & Yudiana, F. E. (2021). The Effect of Relationship Marketing, Experiential Marketing and Sharia Marketing Characteristics on Customer Loyalty of Sharia Bank With Customer

-
- Satisfaction as Intervening Variable. *MALIA: Journal of Islamic Banking and Finance*, 5(2), 109. <https://doi.org/10.21043/malia.v5i2.11800>
- Rasyid, H. Al. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Pemanfaatan Teknologi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Go-Jek. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Bisnis*, 1(2), 210–223. <https://doi.org/10.31311/jeco.v1i2.2026>
- Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Kojo, C., Kualitas, P., Dan, P., Pelanggan, K., Saselah, J. D., Koleangan, R. A. M., Ekonomi, F., & Manajemen, J. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Resmi Toyota Service Station Cv. Kombos Cabang Tendean. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(4), 4809–4818.
- Siregar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual & SPSS*.
- Sudirman, M. S. (2022). Impact of Saiba Users, And Organizational Culture On The Adoptions Of Accrual Based. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 8(2), 386–398.
- Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS*. Anak Hebat Indonesia.
- Suryati, L. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Deepublish.
- Wibiadila, I. (2016). *Pengaruh Kegunaan, Kemudahan, Resiko, Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking (Survei Pada Nasabah Bank Mandiri Kantor Cabang Solo)* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <http://eprints.ums.ac.id/43261/>