

***E-LOYALTY* PENGGUNA *MOBILE BANKING* SYARIAH, DENGAN *E-TRUST*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI KASUS PADA GENERASI**

MILENIAL



SKIRPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI
SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

DISUSUN OLEH:

IMAM SURYA AJI SAPUTRA

NIM. 17108020068

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI:

HASAN AL BANNA, SEI, M.E.

NIP. 199900312 000000 1 301

**PROGRAM STUDI PEBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021

***E-LOYALTY* PENGGUNA *MOBILE BANKING* SYARIAH, DENGAN *E-TRUST*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI KASUS PADA GENERASI**

MILENIAL



SKIRPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA SEBAGAI
SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA STRATA SATU
DALAM ILMU EKONOMI ISLAM**

DISUSUN OLEH:

IMAM SURYA AJI SAPUTRA

NIM. 17108020068

DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI:

HASAN AL BANNA, SEI, M.E.

NIP. 199900312 000000 1 301

**PROGRAM STUDI PEBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-409/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2021

Tugas Akhir dengan judul : E-LOYALTY PENGGUNA MOBILE BANKING SYARIAH, DENGAN E-TRUST
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI KASUS PADA GENERASI
MILENIAL

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IMAM SURYA AJI SAPUTRA
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020068
Telah diujikan pada : Jumat, 16 April 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Hasan Al Banna, SEL., M.E
SIGNED

Valid ID: 60864f7def4b



Penguji I

Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc.
SIGNED

Valid ID: 60826539f0435



Penguji II

Joko Setyono, SE., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 60826afd62f99



Yogyakarta, 16 April 2021
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 60890f24d12cf

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Sdr. **Imam Surya Aji Saputra**

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamua 'alaikum Wr. Wb.

Setelah Membaca, Meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan sepenuhnya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Imam Surya Aji Saputra

NIM : 17108020068

Judul Skripsi : **“E-Loyalty Pengguna Mobile Banking Syariah, Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus: Generasi Milenial”**

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharapkan agar skripsi saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 08 April 2021

Pembimbing



Hasan Al Banna, SEL., M.E
NIP, 19900312 000000 1 301

**SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imam Surya Aji Saputra

NIM : 17108020068

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis/Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberikan kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (non-exclusive royalty right) atas karya ilmiah saya berjudul : ***"E-Trust Pengguna Mobile Banking Syariah, Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus: Generasi Milenial"***.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola, dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasi tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada Tanggal 08 April 2021

Yang menandatangani,


Imam Surya Aji Saputra
NIM. 17108020068

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Imam Surya Aji Saputra

NIM : 17108020068

Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "***E-Trust Pengguna Mobile Banking Syariah, Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus: Generasi Milenial***" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan publikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali ada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *bodynote* dan daftar Pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dari karya ini maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi dan digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Yogyakarta, 08 April 2021

Penyusun



Imam Surya Aji Saputra
NIM. 17108020068

MOTTO

**Jika kamu tidak siap untuk jalan hari ini, maka kamu harus siap berlari hari
esok. YOLO!**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Ucapkan syukur tiada tara kepada Allah Swt. Atas beragam nikmat serta berkah yang selalu menghampiri, serta sholawat serta salam kepada nabi Muhammad Saw. Yang telah membawa umat manusia dari zaman jahiliyah menuju jalan kebenaran.

Ku persembahkan untuk ibuku yang telah merawatku sejak aku terlahir di dunia ini hingga aku dewasa sekarang, yang mengajarku hal tidak aku ketahui hingga aku memahami apa yang harus aku pahami. Terima kasih untuk ibuku yang selalu menjagaku dengan doamu yang ibu panjatkan disetiap waktunya untuk anak bungsumu ini. Terima kasih ibu untuk nasihatmu yang tidak pernah berhenti bahkan sampai terngiang-ngiang ditelingaku hingga ketika tidak didekatmu aku masih bisa mendengar nasihatmu. Dan terima kasih untuk saudarku yang selalu mendukungku dan sahabat-sahabtku yang selalu mensupportku. Terima kasih semuanya.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi huruf atau kata-kata arab yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini menggunakan pedoman Surat Keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987

A. Huruf Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak Dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ś	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	KH	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dzal	Z	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	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	De (dengan titik di bawah)
ط	Ta'	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	KH	Ka
ل	Lam	L	El
م	Min	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We

ه	Ha'	H	Ha
---	-----	---	----

B. Konsonan rangkap Karena *tasydid* ditulis rangkap:

مُدَّة	Ditulis	<i>Muta''addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>iddah</i>

C. *Ta' marbutah* di akhir kata:

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>Hikmah</i>
عِلَّاهُ	Ditulis	<i>illah</i>
كَارِمَةُ الْوَلَدِ	Ditulis	<i>Karamah al auliya'</i>

D. Vokal Pendek

اَ	Fathah	Ditulis	A
اِ	Kasrah	Ditulis	I
اُ	Dammah	Ditulis	U
فَاعِلٌ	Fathh	Ditulis	<i>Fa'ala</i>
زُكْرٌ	Kasrah	Ditulis	<i>Zukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	Ditulis	<i>Yazhabu</i>

E. Vokal Panjang

اَ	Ditulis	A
تَانِسِي	Ditulis	<i>Tansa</i>
اِ	Ditulis	I
كَارِمٌ	Ditulis	<i>Karm</i>
اُ	Ditulis	U
فُرُودٌ	Ditulis	<i>Furud</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + alif	Ditulis	Ai
بينكم		<i>Bainakum</i>
2. fathah + wawu mati	Ditulis	Au
قول		<i>Qaul</i>

G. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof

انتم	Ditulis	<i>A antum</i>
اعدة	Ditulis	<i>U' iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>La 'in Syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lam

القرآن	Ditulis	<i>Al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>Al-Qiyas</i>

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian

ذوالفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, pada kesempatan kali ini saya ingin perbanyak syukur kepada limpahan rahmat Allah SWT sehingga di tengah wabah pandemi covid-19 seperti ini penulis tetap diberikan nikmat iman dan kesehatan. Hal ini membuat penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan lancar. Shalawat serta salam tak luput kita curahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa mukjizatnya hingga kini dan nanti. Mukjizat yang senantiasa menjadi pendoman kita umat manusia untuk hidup di dunia.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penulisannya peneliti cukup sadar atas kekurangan dan kendala yang menyelimuti proses penelitian ini, hal ini dikarenakan keterbatasan peneliti sendiri. Dalam proses penyusunan skripsi ini. Tak lupa penulis ucapkan banyak terima kasih atass dukungan dari berbagai pihak yang memberikan suntikan, moral, motivasi, hingga spiritual sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu dengan kerendahan hati, izinkan penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Afdawaiza, S.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi. M.M., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah.
4. Bapak Hasan Al Banna, SEI., M.E. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang

telah mendedikasikan waktu dan pikirannya untuk mengarahkan, menasihati, memotivasi, dan memberikan ilmu-ilmu untuk peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Mun Yah Zahiroh, SE.,M.B.A. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak memberi banyak waktu dan pikirannya untuk mengarahkan, menasehati segala hal yang berkaitan dengan perkuliahan.
6. Seluruh Dosen Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta terutama Panitia Akreditasi Perbankan Syariah yang telah memberikan ilmu dan wawasan diluar perkuliahan dan dukungannya bagi peneliti selama menempuh pendidikan.
7. Seluruh responden dalam penelitian ini yang telah bersedia meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
8. Orang tua dan keluarga yang senantiasa membebrikan doa, motivasi, dan kasih sayang yang tulus kepada penulis.
9. Sahabatku “Kos Biru” yang tiada gantinya, Beni, Faisal Faza, Indra yang selalu berbagi cerita bersama penulis, sharing ilmu dan menemani penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan yang selalu mengucapkan kata “Mabar Yok” ketika sedang merasa pusing karena urusan perkuliahan.
See u on top!.
10. Bella Oktaviani yang menemani saya dari 2017 hingga sekarang, memberikan dukungan kepada penulis selama perkuliahan hingga sekarang. Walaupun sangat cerewet dan terkadang membuat tensi naik tapi terima kasih untuk waktunya.

11. Terima kasih untuk satu teman angkatan PS terutama anak kelas PS B yang menemani penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang dan selalu mensupport penulis.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu saya berharap kritik, wawasan, dan saran untuk kesempurnaannya. Saya berharap penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembaca.

Yogyakarta, 08 April 2021

Penulis



Imam Surya Aji Saputra
Nim. 17108020068

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK.....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
ABSTRAK.....	xix
ABSTRACT.....	xx
BAB I.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat	8
BAB II.....	10
A. Kerangka Teori	10
B. Telaah Pustaka	25
C. Kerangka Berfikir dan Penyusunan Hipotesis	30
BAB III	40
A. Jenis penelitian.....	40
B. Populasi dan Sampel.....	40
C. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	41

D. Instrumen Penelitian	41
E. Definisi Operasional Variabel.....	42
F. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV	51
A. Objek Penelitian.....	51
B. Analisis Deskriptif	51
C. Analisis Data.....	56
D. Pembahasan.....	67
BAB V	82
A. Kesimpulan	82
B. Keterbatasan Penelitian	84
C. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Telaah Pustaka	25
Tabel 2 Rating Scale	42
Tabel 3 Cross-Loadings	47
Tabel 4 Umur Responden.....	52
Tabel 5 Domisili Responden.....	53
Tabel 6 Pekerjaan Responden	54
Tabel 7 Penghasilan Responden.....	55
Tabel 8 Factor Loading	57
Tabel 9 Cross Loading	59
Tabel 10 AVE	61
Tabel 11 Composite Reliability	62
Tabel 12 Path Coefficient	64
Tabel 13 R-Square.....	65
Tabel 14 Uji Hipotesis	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Teoritis.....	32
Gambar 2 Hasil Outer Model.....	56
Gambar 3 Hasil Inner Model.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Responden.....	i
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	vii
Lampiran 3 Data Asli Responden.....	xii
Lampiran 4 Cross Loading.....	xvii
Lampiran 5 Composite Reliability dan AVE.....	xviii
Lampiran 6 R-Square.....	xviii
Lampiran 7 Uji Hipotesis.....	xviii
Lampiran 8 Wawancara Responden.....	xix
Lampiran 9 Biografi.....	xxvii

ABSTRAK

Kemajuan teknologi di era digital sudah menjadi sahabat bagi masyarakat di Indonesia. Kemajuan ini ditandai dengan perkembangnya internet dan media massa. Generasi Milenial yang mendominasi penggunaan internet di Indonesia dan merasakan kemajuan teknologi di Indonesia. Tidak hanya masyarakat yang merasakan akan tetapi kelompok industri juga merasakan terutama di sektor Perbankan Syariah. Perbankan Syariah merupakan lembaga keuangan yang semua kegiatannya dikemas dengan prinsip syariah. Dalam menghadapi kemajuan ini Perbankan Syariah melakukan inovasi layanan menggunakan teknologi internet yaitu *Mobile Banking Syariah*. Kemajuan teknologi merupakan suatu hal yang luar biasa akan tetapi dibalik itu ada ancaman dan tantangan bagi Indonesia terutama sektor Perbankan Syariah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *E-Service Quality Mobile Banking Syariah* dan mengetahui tingkat *E-Satisfaction* Generasi Milenial dalam menggunakan *Mobile Banking Syariah* apakah dapat mempengaruhi *E-Loyalty* Generasi Milenial dalam menggunakan *Mobile Banking Syariah* dengan dimediasi oleh *E-Trust* ditengah ancaman kemajuan teknologi. Populasi dalam penelitian ini adalah Generasi Milenial yang menggunakan *Mobile Banking Syariah*. Pengambilan sampel dengan teknik purposive sampel. Jumlah responden adalah 150. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM-PLS dengan *software* SmartPLS 3.3.3.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa adanya pengaruh positif signifikan secara langsung *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Loyalty* Generasi Milenial. Hanya *E-Satisfaction* yang tidak dapat berpengaruh langsung secara signifikan terhadap *E-Loyalty*. *E-Trust* mampu memediasi *E-Service Quality* dan *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* Generasi Milenial menggunakan *Mobile Banking Syariah*.

Kata Kunci: Perbankan Syariah, *Mobile Banking Syariah*, Generasi Milenia, *E-Service Quality*, *E-Satisfaction*, *E-Trust*, *E-Loyalty*.

ABSTRACT

Technological advances in the digital era have become friends for people in Indonesia. This progress was marked by the development of the internet and mass media. Millennials who dominate internet use in Indonesia and feel the advancement of technology in Indonesia. Not only do the people feel, but industrial groups also feel, especially in the Sharia Banking sector. Sharia banking is a financial institution whose activities are packaged with sharia principles. In the face of this progress, Islamic Banking has made service investments using internet technology, namely Islamic Mobile Banking. Technological progress is an extraordinary thing, but behind it there are threats and challenges for Indonesia, especially the Sharia Banking sector.

The purpose of this study is to determine the E-Service Quality of Islamic Mobile Banking and to determine the level of E-Satisfaction of Millennial Generation in using Sharia Mobile Banking whether it can affect the E-Loyalty of the Millennial Generation in using Islamic Mobile Banking mediated by E-Trust amid the threat of technological advances. The population in this study is the Millennial Generation who uses Islamic Mobile Banking. Sampling with purposive sampling technique. The number of respondents was 150. The analysis technique used was SEM-PLS with SmartPLS 3.3.3 software.

The results of this study found that there was a direct significant positive effect of E-Service Quality and E-Trust on Millennial Generation E-Loyalty. Only E-Satisfaction cannot have a significant direct effect on E-Loyalty. E-Trust is able to mediate E-Service Quality and E-Satisfaction with Millennial Generation E-Loyalty using Sharia Mobile Banking.

Keywords: Sharia Banking, Sharia Mobile Banking, Millennial Generation, E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Trust, E-Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi dapat dirasakan dengan hadirnya berbagai jenis teknologi informasi dan adanya internet. Prasetyo & Trisyanti, (2019) mengatakan Saat ini dunia sudah mengalami 4 tahap revolusi industri, tahap ke 4 dikenal dengan istilah revolusi industri 4.0 yang terjadi sekitar tahun 2010 dengan penerapan *Internet Of Thing* (IOT) sebagai penghubung manusia dengan mesin. Menurut Burange & Misalkar, (2015) *Internet of Thing* (IOT) adalah dimana manusia dapat memindah data ke tujuan secara langsung yaitu interaksi manusia dengan komputer dan tidak memerlukan dua arah antara manusia ke manusia.

Perkembangan teknologi dan internet pada masa revolusi industri 4.0 juga dirasakan di Indonesia. Sebagai bukti adanya perkembangan teknologi dan internet ini menurut APJII, (2020) tercatat jumlah pengguna internet di Indonesia tahun 2019 berjumlah 196.71 juta jiwa dari total penduduk Indonesia 266.91 juta jiwa dan Pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 8,9% dalam kurun 1 tahun. Dampak perkembangan teknologi informasi juga dirasakan pelaku pembisnis pada sektor perbankan, yaitu Perbankan Syariah.

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan dan memiliki peran penting dalam perekonomian di Indonesia. Tercatat pada data (Otoritas Jasa Keuangan, 2020), Perbankan syariah menunjukkan perkembangan baru

yaitu per-Juni 2020 *market share* perbankan syariah menembus angka 6,18% dengan jumlah aset total 545,39 T. Angka yang tidak besar, namun kenaikan ini menunjukkan perkembangan yang signifikan, yakni menurut data dari Otoritas Jasa Keuangan, (2017), *market share* perbankan syariah masih berada di angka 5,78% dengan total aset 435,02 T.

Dengan meningkatnya *market share*, perbankan syariah berinovasi memberikan layanan digital karena adanya perkembangan teknologi informasi dan kemudian tercipta layanan digital yaitu *mobile banking* syariah. Di Indonesia menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tercatat di tahun 2016 jumlah pengguna *mobile banking* di Indonesia sebesar 50,4 Juta.¹ Akibat dari perkembangan teknologi pada sektor perbankan, menjadi bukti adanya pergeseran masyarakat yang sebelumnya hanya menggunakan layanan konvensional kemudian beralih menggunakan layanan digital.

Kelompok masyarakat Indonesia yang merasakan pergeseran era dan perkembangan teknologi adalah generasi milenial. Generasi milenial adalah generasi yang lahir rentang tahun 1980-2000. Menurut data APJII, (2020) di tahun 2019 generasi milenial mendominasi dalam pengguna internet di Indonesia sebesar 47,6%. Maka peran generasi milenial menggunakan internet sangat tinggi dan sangat mungkin pengguna teknologi informasi berbasis internet saat ini digunakan oleh generasi milenial.

Tingginya pengguna teknologi berbasis internet di Indonesia tidak

¹ <https://sikapiuangmu.ojk.go.id/FrontEnd/CMS/Article/348>

lepas dari ancaman dan tantangan di era digital ini. Premana dkk., (2020) ada beberapa tantangan yang dihadapi di era ini adalah keamanan teknologi informasi, sistem dalam teknologi yang tidak memumpuni untuk menangkal serangan sistem, kurang terampilnya dan ketidak mampuan pihak berwenang dalam menangani tantangan dan ancaman ini.

Di tahun 2020 tepatnya tanggal 6 Juli muncul fenomena bocornya data nasabah dan maraknya jual beli rekening bank. Dilansir dari berita CNBC Indonesia, CNBC Indonesia berhasil menemukan penjualan rekening bank di salah satu *e-commerce* di Indonesia. Penjualan rekening tersebut berupa rekening bank dan dompet digital². Dilansir dari berita Solopos 6 Juli 2020, juga mengkonfirmasi bahwa adanya penjualannya rekening bank secara terbuka melalui media sosial. Penjualan rekening bank tersebut dipatok harga mulai dari Rp. 1,25 juta.³ Kemudian pada tanggal 18 November 2020 melalui berita Solopos melaporkan adanya pembobolan rekening nasabah disalah satu bank didaerah Kota Solo.⁴ Tanggal 4 Agustus 2020 melalui berita Kompas, melaporkan adanya kebocoran data dari nasabah salah satu perusahaan pembiayaan di Indonesia. Kasus ini serupa

² <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200706103112-37-170414/masalah-e-commerce-data-bocor-hingga-jual-beli-rekening-bank/1>

³ <https://www.solopos.com/marak-jual-beli-akun-rekening-bank-di-medsos-btpn-ancam-tindak-tegas-pelaku-1069272>

⁴ <https://www.solopos.com/uang-rp72-juta-di-rekening-raib-nasabah-maybank-solo-lapor-polisi-1092577>

dengan beberapa waktu lalu adanya penjualan data nasabah secara bebas.⁵

Fenomena tersebut adalah bukti nyata adanya ancaman keamanan teknologi informasi di era digital. Oleh sebab itu kasus seperti ini sudah seharusnya menjadi perhatian bagi perbankan syariah yang memiliki layanan digital *mobile banking* syariah. Ananda, (2018) mengatakan pada transaksi *online* pelanggan bergantung pada kepercayaan tentang informasi yang diberikan oleh pihak penjual. Berdasarkan kejahatan digital tersebut membangun sebuah kepercayaan adalah hal penting bagi dalam transaksi *online*. Kepercayaan inilah menjadi kunci untuk mendapatkan hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggan.

Utomo dalam (Ananda, 2018) mengatakan bahwa sebuah kepercayaan pelanggan diakui dalam pemasaran sebagai faktor pencapai kesuksesan. Sebab jika bank syariah mampu membangun kepercayaan nasabah, merupakan menciptakan faktor menuju kesuksesan. Kepercayaan adalah kondisi pelanggan merasa nyaman terhadap suatu penjual dan yakin terhadap penjual tersebut (Antarwiyati et al., 2010). Perbankan syariah dapat dikatakan sukses jika nasabah memiliki rasa loyalitas. Jika nasabah memiliki rasa loyalitas maka dalam masa mendatang nasabah tidak akan mengganti layanan lain.

Loyalitas adalah sikap setia pelanggan terhadap penjual yang bertahan untuk mengunjungi dan menggunakan produk atau jasa secara

⁵ <https://money.kompas.com/read/2020/08/04/170900526/data-nasabah-kreditplus-bocor-ini-kata-ojk>

tetap dan tidak berganti dimasa mendatang (Hurriyati, 2010). Sedangkan sikap kesetiaan seseorang yang berhubungan dengan teknologi digital dapat disebut dengan *e-loyalty*. *E-loyalty* adalah sikap pelanggan yang membeli pada suatu *website* atau menggunakan jasa melalui *website* dan tidak mengganti penggunaan *website* tersebut dimasa mendatang (Byun & Finnie, 2011).

Menurut beberapa penelitian terdahulu, menemukan bahwa *e-loyalty* dipengaruhi oleh *e-service quality*, dan *e-satisfaction*. Dibuktikan dengan penelitian dari Budiman et al., (2020) menyatakan bahwa *e-service quality* dengan dimensi kemudahan akses, fungsi teknis, keamanan sistem, penanganan terhadap masalah sistem, ketersediaan *customer service*, tampilan *website*, berpengaruh signifikan meningkatkan *e-loyalty*. Penelitian Medjedel & Sakouchi, (2021) yang dilakukan di Bank Algeria menemukan bahwa kualitas layanan yang dirasakan berpengaruh terhadap loyalitas. penelitian Ayu & Valentina, (2020) dan Kurniawati & Tjiptodjojo, (2015) yang meneliti *e-satisfaction* pada layanan *payment* OVO dan *benefit* Telkomsel menemukan hasil bahwa *e-satisfaction* mampu mempengaruhi *e-loyalty*.

Adanya layanan berbasis teknologi internet merupakan langkah perusahaan beradaptasi dengan pergeseran zaman ini. Dalam persaingan antar bank, baik untuk mempelajari kualitas layanan pada sistem layanan digital perbankan. Suatu kualitas layanan dapat dikatakan baik jika mampu melayani secara efektif dan efisien. *E-service quality* adalah rangkaian

interaksi pelanggan saat menggunakan *website* dan penyedia layanan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan melalui *website* secara efektif dan efisien (Tjiptono & Chandra, 2011). Baiknya kualitas layanan merupakan hal menciptakan sikap loyalitas pelanggan. Loyalitas nasabah merupakan kelanjutan sebuah kualitas layanan yang baik.

Loyalitas dapat dicapai ketika kepuasan nasabah dikatakan baik. Oliver, (1999) menjelaskan terdapat 6 panel hubungan kepuasan dengan loyalitas, panel 6 menjadi pilihan yang tepat yaitu kepuasan merupakan sebagai langkah awal dan bersifat tidak aktif untuk mencapai loyalitas. Ranjbarian dkk., (2012) menjelaskan bahwa *e-satisfaction* sebuah reaksi pelanggan ketika telah menggunakan layanan *website*, membeli produk di *website*, layanan keamanan dan merasakan layanan yang ada pada *website* tersebut. Nasabah akan merasa loyal menggunakan layanan *mobile banking* syariah jika kebutuhan dan keinginan terpenuhi secara baik dalam layanan digital tersebut.

Mobile banking syariah adalah layanan digital yang dimiliki perbankan syariah dengan prinsip syariah. berbagai fitur yang dimiliki *mobile banking* syariah seperti transfer, pengecekan rekening, pembayaran, pembelian melalui *e-commerce*, tabungan haji, dan lainnya dimaksud agar mampu memfasilitasi nasabah secara efektif dan efisien dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah. *Mobile banking* syariah menjadi bukti adanya pergeseran era digital. Adanya pergeseran zaman dan semakin berkembangnya teknologi adanya tantangan baru dibalik era digital ini.

Kejahatan digital menjadi tantangan pihak perbankan syariah yang memiliki layanan *mobile banking* syariah. Membangun kepercayaan merupakan keberhasilan dalam transaksi *online*. Kepercayaan sangat penting untuk dibangun antara nasabah dengan perbankan syariah, karena adanya ancaman kejahatan digital akan mempengaruhi kepercayaan nasabah.

Kejahatan digital sangat sensitif bagi generasi milenial yang memiliki ciri peka terhadap informasi. Generasi milenial yang menjadi kelompok terbesar pengguna internet di Indonesia dan kelompok yang sangat menyukai pembayaran *non-cash*. Peneliti berasumsi bahwa generasi milenial juga sebagai pengguna layanan digital *mobile banking* di Indonesia, maka sebab itu perbankan syariah perlu memperhatikan kepercayaan nasabahnya ditengah adanya kejahatan digital untuk mencapai sebuah sikap loyalitas. Oleh karena itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“E-Loyalty Pengguna Mobile Banking Syariah, Dengan E-Trust Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Generasi Milenial”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah e-service quality berpengaruh terhadap e-trust generasi milenial?
2. Apakah e-satisfaction berpengaruh terhadap e-trust generasi milenial?
3. Apakah e-service quality berpengaruh terhadap e-loyalty generasi milenial?
4. Apakah e-satisfaction berpengaruh terhadap e-loyalty generasi milenial?

5. Apakah e-trust berpengaruh terhadap e-loyalty nasabah generasi milenial?
6. Apakah e-service quality berpengaruh terhadap e-loyalty nasabah melalui e-trust generasi milenial?
7. Apakah e-satisfaction berpengaruh terhadap e-loyalty generasi milenial melalui e-trust?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh e-service quality terhadap e-trust generasi milenial.
- b. Untuk mengetahui pengaruh e-satisfaction terhadap e-trust generasi milenial.
- c. Untuk mengetahui pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty generasi milenial.
- d. Untuk mengetahui pengaruh e-satisfaction terhadap e-loyalty generasi milenial
- e. Untuk mengetahui pengaruh e-trust terhadap e-loyalty nasabah generasi milenial.
- f. Untuk mengetahui pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty melalui e-trust generasi milenial.
- g. Untuk mengetahui pengaruh e-satisfaction terhadap e-loyalty melalui e-trust generasi milenial.

2. Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

manfaat teoritis untuk peneliti yaitu menambah wawasan dan praktek mengenai *e-service quality* dan *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* melalui *e-trust* generasi milenial pengguna layanan *Mobile Banking Syariah*

b. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan masukan bagi perbankan syariah dalam memberikan pelayanan digital *mobile banking* syar dimasa mendaatang.

c. Manfaat Untuk Penelitian Selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sumber refrensi atau bahan acuan penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penemuan dalam penelitian ini maka peneliti menuliskan kesimpulan terkait penelitian ini adalah sebagai berikut:

- i. Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Syariah dan Unit Usaha Syariah mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.
- ii. *Mobile Banking* Syariah adalah layanan aplikasi berbasis internet yang dimiliki oleh Perbankan Syariah dan dalam memberikan layanan jasa terhadap nasabah sesuai dengan prinsip syariah.
- iii. Pengguna internet di Indonesia menurut APJII di tahun 2019 mencapai 196,71 juta jiwa dan Generasi Milenial (1980-2000) mendominasi pengguna internet di Indonesia. Menurut data OJK tahun 2016 mencapai 50,4 juta jiwa.
- iv. Terdapat enam indikator dalam penelitian ini yang tidak digunakan, karena nilai *factor loading* dibawah angka 0,5. Ke enam indikator tersebut adalah ESQ8, ESQ9, ES3, ES4, ES9, dan ET 9.
- v. Dalam penelitian ini dari tujuh hipotesis ada satu hipotesis yang tidak diterima yaitu, *E-Satisfaction* berpengaruh terhadap *E-Loyalty*. Hipotesis tidak diterima dikarenakan tidak memenuhi syarat signifikan yaitu, *t-statistics* lebih tinggi dari *t-table* dan nilai *p-values* lebih kecil dari 0,05. Peneliti berasumsi bahwa hipotesis ini berbeda dari penelitian sebelumnya

dikarenakan perbedaan objek, instrument, sample, tujuan, dan waktu dalam melaksanakan penelitian menjadi faktor yang membedakan hasil ini dengan hasil penelitian sebelumnya.

vi. Dalam penelitian ini enam hipotesis diterima yaitu, ESQ – ET, ES – ET, ESQ – EL, ET – EL, ESQ – EL (dimediasi ET), ES – EL (dimediasi ET). Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. *E-Service Quality* berpengaruh terhadap *E-Trust* generasi milenial menggunakan aplikasi *Mobile Banking Syariah* yang menyatakan hipotesis pertama diterima.

b. *E-Satisfaction* berpengaruh terhadap *E-Trust* generasi milenial menggunakan aplikasi *Mobile Banking Syariah* yang menyatakan H2 diterima.

c. *E-Service Quality* mampu mempengaruhi *E-Loyalty* generasi milenial menggunakan *Mobile Banking Syariah* secara langsung.

d. *E-Trust* mampu mempengaruhi *E-Loyalty* generasi milenial menggunakan *Mobile Banking Syariah* secara langsung.

e. *E-Trust* mampu memediasi pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* generasi milenial menggunakan *Mobile Banking Syariah*.

f. *E-Trust* mampu memediasi pengaruh *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* generasi milenial menggunakan *Mobile Banking Syariah*. artinya *E-Trust* mampu memperkuat *E-Satisfaction* berpengaruh terhadap *E-Loyalty*.

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini dapat juga disimpulkan

sebagai berikut:

1. Dari berbagai fenomena kejahatan digital perbankan aplikasi *mobile banking* syariah mampu memberikan kualitas layanan yang baik dan jaminan keamanan pribadi nasabah. Pernyataan tersebut dijelaskan bahwa responden generasi milenial dalam penelitian ini menilai bahwa kualitas layanan *mobile banking* syariah dapat dikatakan baik. Dan dari wawancara yang peneliti lakukan generasi milenial menyadari akan ancaman tersebut akan tetapi generasi milenial memilih percaya *mobile banking* syariah mampu menjaga data pribadi dan akan menggunakan *mobile banking* syariah diwaktu mendatang.
2. Dari hasil yang peneliti temukan bahwa *E-Satisfaction* tidak mampu mempengaruhi *E-Loyalty* dikarenakan generasi milenial tidak menjadikan *E-Satisfaction* sebagai alasan kuat untuk bersikap *E-Loyalty* menggunakan *mobile banking* syariah. Maka peneliti menemukan bahwa dengan menambahkan *E-Trust* antara *E-Satisfaction* terhadap *E-Loyalty* maka sangat berpengaruh. Oleh sebab itu dalam penelitian ini variabel mediasi berpengaruh dan mampu memediasi variabel eksogen terhadap endogen.

B. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil yang peneliti yang telah dijelaskan di atas dan masih memiliki banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini diantaranya adalah:

1. Peneliti dalam mengumpulkan data memerlukan waktu yang tidak sebentar. Peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner untuk

mendapatkan responden melalui berbagai media sosial dan sudah terpenuhi jumlah responden yang peneliti inginkan akan tetapi penyebaran data di Indonesia tidak tersebar merata dan mayoritas responden berada di pulau Jawa.

2. Fokus penelitian ini adalah sikap *E-Loyalty* generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah dengan fenomena kejahatan era digital menjadi latar belakang penelitian ini. Akan tetapi peneliti tidak menggunakan data seberapa lama responden yaitu generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah.

C. Saran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap *E-Loyalty* generasi milenial menggunakan *mobile banking* syariah dari data yang telah dipaparkan penelitian dari berbagai sampel yang peneliti dapatkan serta hasil yang telah peneliti temukan dalam penelitian ini. Peneliti memiliki saran untuk pihak Perbankan Syariah dan bagi peneliti yang akan meneliti di waktu mendatang sebagai berikut:

1. Saran bagi perusahaan Perbankan Syariah.

dalam menghadapi persaingan antar Perbankan Syariah tentunya akan memberikan layanan yang terbaik. Tentunya dalam memberikan layanan berbasis elektronik seperti aplikasi *mobile banking* syariah. dalam menghadapi persaingan tersebut tentu akan ada ancaman di era digital yang mengancam sektro perbankan seperti kejahatan pencurian data pribadi nasabah.

Maka oleh sebab saran peneliti untuk perbankan syariah adalah

untuk terus memberikan layanan kepada nasabah yang terbaru dan penuh inovasi dan dengan kualitas layanan yang terbaik. Perbankan Syariah juga harus tetap waspada dan antisipasi terhadap kejahatan digital agar terus menjaga kepercayaan nasabah dalam menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah. Kepuasan nasabah menjadi perhatian penting disini karena dalam penelitian ini menemukan bahwa *e-satisfaction* tidak mampu mempengaruhi *e-loyalty* secara langsung. Perbankan Syariah harus terus memperhatikan kepuasan pelanggan dalam menggunakan *mobile banking* syariah dapat dengan cara memberikan masukan untuk perusahaan setelah menggunakan aplikasi *mobile banking* syariah.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mendapatkan data responden berapa lama dalam menggunakan *mobile banking* syariah agar dapat menjadi tambahan tolak ukur sikap *e-loyalty*. Penambahan responden juga sangat diperlukan agar penyebaran data di Indonesia menyebar secara rata setiap wilayah. Saran untuk peneliti selanjutnya juga untuk menambahkan variabel lain atau dapat dengan menambahkan variabel religius.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hawari, M. A. A. (2014). Does customer sociability matter? Differences in e-quality, e-satisfaction, and e-loyalty between introvert and extravert *online* banking users. *Journal of Services Marketing*, 28(7), 538–546.
<https://doi.org/10.1108/JSM-02-2013-0036>
- Ananda, L. D. (2018). Dinamika Trust pada Pemasaran *Online* di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.7454/jki.v6i1.8625>
- Antarwiyati, P., Nurhakim, A. L., & Kusuma, H. (2010). Determinan Electronic Loyalty (e-Loyalty) Pada Website. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, 14(1), 1–21.
<http://www.jurnal.uui.ac.id/index.php/JAAI/article/view/2245>
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146.
<https://apjii.or.id/survei>
- Asih, R. R. D., & Pratomo, L. A. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 11(1), 125. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v11i1.2537>
- Ayu, R. R., & Valentina, N. (2020). Sebagai Variable Intervening Pada Aplikasi Fintech Ovo. *Journal Strategi Marketingketing*.
- Blut, M., Chowdhry, N., Mittal, V., & Brock, C. (2015). E-Service Quality: A Meta-Analytic Review. *Journal of Retailing*, 91(4), 679–700.
<https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.05.004>
- Budiman, A., Yulianto, E., & Saifi, M. (2020). Pengaruh E-Service Quality

- Terhadap E-Satisfaction Dan E- Loyalty Nasabah Pengguna Mandiri *Online Profit*, 14(01), 1–11. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2020.014.01.1>
- Burange, A. W., & Misalkar, H. D. (2015). Review of Internet of Things in development of smart cities with data management & privacy. *Conference Proceeding - 2015 International Conference on Advances in Computer Engineering and Applications, ICACEA 2015*, 189–195. <https://doi.org/10.1109/ICACEA.2015.7164693>
- Byun, D. H., & Finnie, G. (2011). Evaluating usability, user satisfaction and intention to revisit for successful e-government websites. *Electronic Government*, 8(1), 1–19. <https://doi.org/10.1504/EG.2011.037694>
- Charles, K., J, A., O, A., & Eweoya. (2016). International Journal of Bank Marketing. *International Journal of Bank Marketing*, 12(7), 1–32. <https://doi.org/10.1108/02652323199400002>
- Chou, S., Chen, C.-W., & Lin, J.-Y. (2015). 10 Article Information : *Facilities*, 33(11/12), 736–751. <http://www.emeraldinsight.com/doi/pdfplus/10.1108/F-11-2014-0094>
- Fayumi, A., & Tjahjaningsih, E. (2015). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN DAN KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS (Studi Pada Klien Asuransi Prudential Pru Vision Kabupaten Pati). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1–7.
- Felicia, L. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.
- Ghalandari, K. (2012). The Effect of Performance Expectancy, Effort Expectancy,

Social Influence and Facilitating Conditions on Acceptance of E-Banking Services in Iran: the Moderating Role of Age and Gender. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 12(6), 801–807.

<https://doi.org/10.5829/idosi.mejsr.2012.12.6.2536>

Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Universitas Diponegoro.

Giovanis, A., Athanasopoulou, P., & Tsoukatos, E. (2015). The role of service fairness in service quality. In *Journal of Service Theory and Practice* (Vol. 25, Issue 6).

Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2013). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks. Sage, 165.

Hair, Joseph E JR, Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.

Hair, Josepj E JR, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *a primer on partial least squares structural equation modeling (pls-sem)* (7th ed.). SAGE Publications, Inc.

Hansen, E., & Jonsson, E. (2013). *E-Loyalty in Fashion E-Commerce : An Investigation in How to Create E-Loyalty*. April, 1–105.

<http://jultika.oulu.fi/files/nbnfioulu-201403131175.pdf>

- Harianto, D. dk. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan, brand image, dan atmosfer terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening konsumen kedai deja- vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–8.
- Hsin Chang, H., & Wang, H. W. (2011). The moderating effect of customer perceived value on *online* shopping behaviour. In *Online Information Review* (Vol. 35, Issue 3). <https://doi.org/10.1108/14684521111151414>
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Alfabeta.
- Indonesia, I. B. (2014). *Mengelola Kredit Secara Sehat*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Indonesia, U. R. (2008). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 21 TAHUN 2008 TENTANG PERBANKAN SYARIAH*. 1998, 5–26.
- Kadir, A., Basri, M., & Rodi, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Nilai, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Rumah Tangga Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Kendari. *Journal Publicuho*, 1(1), 28. <https://doi.org/10.35817/jpu.v1i1.7297>
- Kasih, O. L., Avriyanti, S., & Rahman, T. (2020). *PENGARUH E-TRUST TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY PENGGUNA WEBSITE TRAVELOKA Di KABUPATEN TABALONG*. 2(1), 194–206.
- Kodu, S. (2013). HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA. *Jurnal EMBA*, 1(3), 1251–

1259. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Prentice-Hall Published.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kurniawati, K., & Tjiptodjojo, K. I. (2015). Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Manfaat Atribut Produk Simpati). *Jurnal Manajemen*, 14(2), 165–174.
- Listyawati, I. H. (2019). Pengaruh Fasilitas Wisata, Citra Destinasi, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Wisatawan. *Jurnal Manajemen Administrasi*, VI(2), 35–44. <http://jurnal.amaypk.ac.id/index.php/jbma/article/view/78>
- Mahadin, B., Akroush, M. N., & Bata, H. (2020). The effects of tourism websites' attributes on e-satisfaction and e-loyalty: A case of American travellers' to Jordan. *International Journal of Web Based Communities*, 16(1), 4–33. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2020.105124>
- Maulana, R. K., & Yunus, M. (2018). Pengaruh Pemasaran Relasional Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Dan Kepercayaan Nasabah Tabungan Bank Bri Syariah Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(1), 36–45.
- Medjedel, E. A., & Sakouchi, A. S. (2021). *The Role of Communication and Service Quality on Customer loyalty in Algerian Islamic Banks*. 3(1), 43–69.
- Mehmet Haluk Koksall. (2016). The intentions of Lebanese consumers to adopt mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 327–346.

- Melinda. (2017). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pelanggan Go-Jek Melalui E-Satisfaction Pada Kategori Go-Ride. *Agora*, 5(1), 1.
- Nasionalita, K., & Nugroho, C. (2020). Indeks Literasi Digital Generasi Milenial di Kabupaten Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 32.
<https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.3075>
- Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63.
<https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>
- Nurayni, D., & Widiartanto. (2019). Pengaruh E-Service Quality, E-Satisfaction Dan E-Trust Terhadap Customer Loyalty Pengguna Aplikasi Mobile Kai Access (Studi Pada Pengguna Aplikasi Mobile Kai Acces Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 128–137.
- Nurchahyo, R. (2020). Pengaruh e-Service Quality terhadap e-Loyalty melalui e-Customer Satisfaction sebagai intervening pada pengguna Mobile Apps Studying abroad (Studi Kasus Pada calon Pelajar di Jakarta). *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(1), 84–97.
<https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i1.168>
- Nurdin, N., Musyawah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>

- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33–44.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Snapshot Perkembangan Perbankan Syariah 2017*. 8.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2020). Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Maret 2020. *Otoritas Jasa Keuangan*, 1–6.
- Peraturan Bank Indonesia. (2007). Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan Dana dan Penyaluran Dana Serta Pelayanan Jasa Bank Syariah. *Bi.Go.Id*, 4.
[https://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Documents/https://www.bi.go.id/id/peraturan/kodifikasi/bank/Pages/1.3.2.2. Prinsip Syariah dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana.aspx.pdf](https://www.bi.go.id/id/peraturan/perbankan/Documents/https://www.bi.go.id/id/peraturan/kodifikasi/bank/Pages/1.3.2.2.Prinsip%20Syariah%20dalam%20Kegiatan%20Penghimpunan%20dan%20Penyaluran%20Dana.aspx.pdf)
- Pradnyaswari, N. P. I., & Aksari, N. M. A. (2020). E-Satisfaction Dan E-Trust Berperan Dalam Memediasi Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Pada Situs E-Commerce Blibli.Com. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2683.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p11>
- Prasetyo, B., & Trisyanti, D. (2019). Prosiding SEMATEKSOS 3 “Strategi Pembangunan Nasional Menghadapi Revolusi Industri 4.0” REVOLUSI INDUSTRI 4.0. *Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Perubahan Sosial*, 22–27.
- Prayitno, D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel

- Moderasi. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 15(3), 321–328.
- Premana, A., Fitralisma, G., Yulianto, A., Zaman, M. B., & Wiryono, M. A. (2020). Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Pertumbuhan Ekonomi Dalam Era Disrupsi 4.0. *Jurnal Economic Management (JECMA)*, 1(01), 1–6.
- Prisanti, M. Della, Suyadi, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Customer Satisfaction serta Implikasinya terhadap E-Customer Loyalty. *Journal of Business Studies*, 2(1), 20.
- Purnamasari, D. (2018). The Roles of E-Service Quality , E-Trust , and E-Satisfaction on *Online Retail Loyalty*. *Industrial Research Workshop and National Seminar*, 1(2), 634–641.
- Ranjbarian, B., Sanayei, A., Kaboli, M. R., & Hadadian, A. (2012). An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Customer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores. *International Journal of Business and Management*, 7(6), 40–48. <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n6p40>
- Revita, A. (2016). E-Satisfaction Dan E-Trust Mempengaruhi E-Loyalty Konsumen Wanita Dalam Sosial Media. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(4).
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/228>
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19.
<https://doi.org/10.30587/jre.v1i2.418>
- Santika, I. W., & Pramudana, K. A. S. (2018). Peran Mediasi E-Satisfaction Pada Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Situs *Online Travel* Di Bali.

INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 1(3), 278–289.

<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.35>

SARI, S. (2019). Literasi Media Pada Generasi Milenial Di Era Digital.

Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik, 6(2), 30–42.

<https://doi.org/10.37676/professional.v6i2.943>

Sektiyaningsih, I. S., Haryana, A., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh Kualitas

Pelayanan Terhadap Kepuasan, Citra dan Loyalitas Pasienpu. *Business*

Studies, 4(1), 17–29. <https://doi.org/10.31602/atd.v2i1.1191>

Setyowati, D., & Suryoko, S. (2020). PENGARUH E-SERVICE QUALITY

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI E-TRUST

SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Pengguna Situs BukaLapak

di Kota Semarang) Dina Setyowati , Sri Suryoko Email :

dinasetyo123@gmail.com Pendahuluan Perkembangan teknologi , info.

Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 9, no, 251–260.

Sholihin, M., & Ratmono, D. (2013). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0*

(2nd ed.). C.V Andi Offset.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.

Alfabeta.CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Surwasito, & Aliya, S. (2020). *KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN SERTA*

PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN Suwarsito 1 ,

Sabeli Aliya 2. 3(1), 27–35.

Surya, P. Y. (2017). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *Among*

Makarti, 9(18), 1–16.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality and Satisfaction* (3rd ed.).

Andi Offset.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, Quality, dan Satisfaction* (4th ed.).

C.V Andi Offset.

Tumbuan, W., Mandey, S., & Kakasih, S. (2014). Produk, Harga, Promosi, Dan Filosofi Terhadap Loyalitas Konsumen Meubel Bambu Batik Tekun Jaya Di Kabupaten Kepulauan Sangihe. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 379–388. <https://doi.org/10.35794/emba.v2i3.5545>

Wuisan, D. S. S. (2020). Pengaruh Website Design Quality Dan E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Sociolla E-Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Computatio: Journal of Computer Science and Information Systems*, 4(1), 55–67.

Yamin, S. (2014). *Rahasia Olah Data Lisrel*. Mitra Wacana Media.

Zamora, R. (2017). analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembayaran rekening listrik b'right PT. PLN batam pada unit pelayanan Batam Centre. *Jurnal Bening*, 4(1), 1–19. <http://dx.doi.org/10.33373/bening.v4i1.69>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Nama : Imam Surya Aji Saputra
Pekerjaan : Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
NIM : 17108020068

Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian untuk tugas akhir yang berjudul “***E-LOYALTY PENGGUNA MOBILE BANKING SYARIAH, DENGAN E-TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: STUDI KASUS GENERASI MILENIAL***”. Untuk keperluan penelitian ini, saya sebagai penulis memohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan penilaian Bapak/Ibu/Sdr/I terhadap *Mobile Banking* Syariah dalam melakukan transaksi atau ketika menggunakannya. Kuesioner ini dibuat dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi yang merupakan salah satu syarat menyelesaikan studi program sarjana (S1) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Mobile Banking Syariah adalah aplikasi layanan berbasis internet dengan mengandalkan teknologi digital *handphone* berupa aplikasi yang dimiliki oleh Perbankan Syariah. *Mobile Banking* Syariah merupakan layanan yang memiliki banyak fitur tersedia untuk nasabah yang siap membantu untuk menyelesaikan transaksinya seperti, transfer antar bank, pengecekan rekening, tarik tunai, pembelian pulsa, pembayaran listrik, air, *top up e-wallet*, zakat, tabungan haji dan lain sebagainya yang dikemas dengan prinsip syariah.

Semoga ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I dapat memberikan manfaat untuk kepentingan pengetahuan serta dapat membantu upaya pengembangan layanan *Mobile Banking* Syariah. Penulis menjamin kerahasiaan atas data dan informasi yang diberikan kepada saya untuk tidak diberitahukan kepada pihak lain dalam kepentingan apapun.

Atas ketersediaan dan bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Tanggal :

No. Kuesioner :

Petunjuk Pengisian I:

Pada pertanyaan di bawah ini, responden dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan berikut dengan keadaan/kondisi yang sebenar-benarnya.

Identitas Responden

Nama Responden : _____

Nomor Telepon : _____

Usia : _____

Domisili : _____

Pekerjaan :

- a. Mahasiswa
- b. PNS
- c. Pegawai Swasta
- d. Wiraswasta
- e. Ibu rumah tangga
- f. Lainnya

Penghasilan Bulanan

- a. < Rp. 1.000.000
- b. Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
- c. > Rp. 5.000.000

Apakah anda pernah menggunakan mobile banking syariah

- a. Iya
- b. Tidak

Aplikasi mobile banking syariah yang digunakan?

Petunjuk Pengisian II:

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

1. Sangat Tidak Setuju
2. Setuju
3. Tidak Setuju
4. Sangat Setuju

1. *E-Service Quality* (Kualitas Pelayanan Elektronik)

No	Keterangan	Tanggapan Responden			
		1	2	3	4
1	Informasi yang disediakan <i>mobile banking</i> syariah cukup banyak yang saya butuhkan untuk menjalankan tugas saya (WD1)				
2	<i>Mobile bankin</i> syariah menampilkan desain yang menarik secara visual (WD2)				
3	Pengguna <i>mobile banking</i> Syariah memudahkan saya dalam menyelesaikan kebutuhan saya. (WD3)				
4	<i>Mobile banking</i> syariah menampilkan konten menyenangkan secara visual (WD4)				
5	<i>Mobile banking</i> syariah memiliki berbagai fitur yang menarik minat saya (WD5)				
6	<i>Mobile banking</i> syariah menawarkan promo atau diskon menarik untuk saya (WD6)				

7	<i>Mobile banking</i> syariah memiliki fitur interaktif, yang membantu saya menyelesaikan tugas saya (WD7)				
8	Membutuhkan waktu yang lama untuk memuat atau menjalankan aplikasi <i>mobile banking</i> syariah (WD 8)				
9	<i>Mobile banking</i> syariah menawarkan kemampuan untuk berbicara dengan perusahaan secara langsung jika ada masalah. (CS1)				
10	<i>Mobile banking</i> Syariah menyertakan nomor telepon untuk menghubungi perusahaan (CS2)				
11	<i>mobile banking</i> syariah menawarkan jaminan yang berkesan bagi saya (CS3)				
12	<i>Mobile banking</i> syariah memiliki fitur keamanan yang memadai (SC1)				
13	Saya mempercayai <i>mobile banking</i> syariah untuk menjaga keamanan informasi pribadi saya (SC2)				
14	<i>Mobile banking</i> syariah menyediakan fitur sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan (FF1)				
15	Saya mendapatkan apa yang saya inginkan dengan fitur yang ada di <i>mobile banking</i> syariah (FF2)				

2. *E-Satisfaction* (Kepuasan Elektronik)

No	Keterangan	Tanggapan Responden			
		1	2	3	4
1	<i>Mobile banking</i> syariah mudah digunakan, bahkan saat pertama kali menggunakannya (UF1)				
2	Sangat mudah mengoperasikan <i>mobile banking</i> syariah (UF2)				
3	Menu pada <i>mobile banking</i> syariah sulit untuk dipahami (UF3)				
4	Fitur pada <i>mobile banking</i> Syariah sulit untuk dipahami (UF4)				
5	Informasi yang disediakan oleh <i>mobile banking</i> syariah mudah dipahami (IQ1)				

6	Informasi yang disediakan oleh <i>mobile banking</i> syariah lengkap (IQ2)				
7	<i>Mobile banking</i> syariah menarik secara visual (EN1)				
8	<i>Mobile banking</i> syariah memiliki fitur-fitur yang inovatif (EN2)				
9	Saya merasa tidak senang saat menggunakan <i>Mobile banking</i> syariah (EN3)				
10	Saya merasa aman dalam memberikan informasi pribadi saya untuk transaksi di <i>mobile banking</i> syariah (SP1)				
11	<i>Mobile banking</i> syariah melindungi informasi pribadi saya dan transaksi saya selama dan setelah menggunakan (SP2)				

3. *E-Trust* (Kepercayaan Elektronik)

No	Keterangan	Tanggapan Responden			
		1	2	3	4
1	<i>Mobile banking</i> syariah memberikan informasi dengan benar kepada saya (IN1)				
2	Informasi yang diberikan <i>mobile banking</i> syariah selalu terbaru (IN2)				
3	Saya percaya bahwa layanan <i>mobile banking</i> syariah dapat memenuhi harapan saya (CP1)				
4	Saya percaya <i>mobile banking</i> syariah mampu menyelesaikan masalah saya (CP2)				
5	Dalam jangka waktu Panjang saya percaya dengan layanan <i>mobile banking</i> syariah (CS1)				
6	<i>Mobile banking</i> syariah memberikan jaminan terhadap masalah saya (CS2)				
7	<i>Mobile banking</i> syariah memberikan tanggung jawab terhadap masalah saya (CS3)				
8	Saya percaya bahwa <i>mobile banking</i> syariah yang saya gunakan menjaga data pribadi dengan baik (LO1)				
9	Dengan adanya berita kebocoran data saya tetap menggunakan <i>mobile banking</i>				

	syariah atas dasar percaya (LO2)				
10	<i>Mobile banking</i> syariah memberikan informasi disetiap transaksi dengan jelas (OP1)				
11	Saya percaya <i>mobile banking</i> syariah dapat melayani dengan baik atas dasar keterbukaan (OP2)				

Lampiran 2 Data Karakteristik Respondn

Usia	Domisili	Pekerjaan	Penghasilan Bulanan	Apakah anda pernah menggunakan mobile banking syariah
20	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
20 tahun	Yogyakarta	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Gunungkidul	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
21	prambanan	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
23	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Jogja	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
28	Jogja	PNS	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
20	Riau	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	malang, jawa timur	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
20	Jogjakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
25	Lampung	Pegawai Swasta	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Bogor	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya

21	Yogya	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Kebumen	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
23	Yogyakarta		< Rp. 1.000.000	Iya
22	Gunungkidul	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
23	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	malang	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
25	Ngawi	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Banda Aceh	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
24	Bekasi	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
26	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
20	Yogyakarta	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
29	Jogja	PNS	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Cimahi	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
24	Solo	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
30	yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
23	Yogyakarta	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya

21	Banda aceh	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
20 th	Cilacap-Jawa Tengah	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
25	Yogyakarta	Part time	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
29	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
25	Diy	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
25	Sumenep	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Bantul Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Bandara Aceh	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
20	Tegal	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
20	jogja	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Sleman	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Yogyakarta	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Jl. Nogopuro No 8c gowok	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
24 Tahun	LAMPUNG BARAT	AMIL ZAKAT INISIATIF ZAKAT INDONESIA	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
23	Wonosobo, Jawa Tengah	Pegawai Swasta	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Diy		< Rp. 1.000.000	Iya
22	Bekasi	lainnya	> Rp. 5.000.000	Iya

21 tahun	Pati	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
30	Cianjur, Jabar	PNS	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
25	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Bantul	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Pati	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
23	Yogyakarta	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
19	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
40	balikpapan	lainnya	> Rp. 5.000.000	Iya
27	Aceh Utara	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Bima (NTB)	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
27	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Klaten	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Aceh	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
23	Siman, Ponorogo	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
28	Sleman	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
27	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
20	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya

22	yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Yogyakarta	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Sigli	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Yogyakarta	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Palembang	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
18	Kendal Jateng	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Pati, Jawa tengah	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Yogyakarta		Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	kepo kamu mas kaya monyet dora		Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Yogyakarta	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21 Tahun	Gunungkidul	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
25	Lampung	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Magelang	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
25	Yogyakarta	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21 tahun	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya

20 tahun	Klaten	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Yogyakarta		< Rp. 1.000.000	Iya
30	Magelang	PNS	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
17	Jogja	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Kota Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
23 tahun	Jogja	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Bantul, DI Yogyakarta	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Yogyakarta	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
35	DIY	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21 tahun	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
23	Lamongan	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
20	Lamongan	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Sumenep	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
20	Banda aceh	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
27	Klaten	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
26	Sleman	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya

21	Kulon Progo	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
24	Surabaya	Wiraswata	> Rp. 5.000.000	Iya
21	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Magelang	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Maguwoharjo, Depok Sleman.	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
25	Yogyakarta	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
23	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Temanggung,Jawa Tengah	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Bantul	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Magelang	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Bantul	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Temanggung	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
24	Yogyakarta	Freelancer	< Rp. 1.000.000	Iya
20	Yogyakarta	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
20	Jogja	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
23	Bandar Lampung	PNS	> Rp. 5.000.000	Iya
19	Bekasi	Mahasiswa/i	> Rp. 5.000.000	Iya
22	Polewali Mandar	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya

21	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Lombok	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
20	Lumajang, Jawa Timur	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Kebumen	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
37	Medan	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
24	Yogyakarta	Pegawai Swasta	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
29th	Jogja	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
23	Purworejo	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Rejodadi Bangunkerto Turi Sleman	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Jogja	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
29th	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Jogja	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Jogja	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Cilacap	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
24	Cirebon	PNS	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya

21	Krapyak	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
33	Yogyakarta	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
23	Yogyakarta	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Yogyakarta	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Gunungkidul	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Kepulauan riau	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
29	Bojonegoro	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
20	Nagan raya	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
24	Makassar	Pengusaha	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
24	Jakarta utara	lainnya	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
22	Sleman	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Bantul	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
22 tahun	Bekasi	lainnya	< Rp. 1.000.000	Iya
21	Yogyakarta	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
24	Yogyakarta	Mahasiswa/i	Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000	Iya
21	Sumenep	Mahasiswa/i	< Rp. 1.000.000	Iya

1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	4	1	3	1	1	3	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	3	1	1	3	1	3	3	1	3	1	3	1	
3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4		
3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	
3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3
3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	2
4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	

Lampiran 4 Cross Loading

	ESQ	ES	EL	ET
ESQ1	0.771	0.630	0.457	0.613
ESQ10	0.544	0.422	0.371	0.393
ESQ11	0.648	0.503	0.463	0.514
ESQ12	0.779	0.738	0.521	0.710
ESQ13	0.784	0.763	0.428	0.759
ESQ14	0.758	0.709	0.539	0.663
ESQ15	0.722	0.671	0.452	0.595
ESQ2	0.638	0.497	0.344	0.439
ESQ3	0.753	0.653	0.439	0.647
ESQ4	0.692	0.593	0.465	0.531
ESQ5	0.802	0.677	0.523	0.619
ESQ6	0.527	0.424	0.311	0.384
ESQ7	0.793	0.633	0.507	0.675
ES1	0.623	0.758	0.437	0.614
ES10	0.691	0.792	0.484	0.732
ES11	0.726	0.761	0.432	0.703
ES2	0.564	0.700	0.337	0.521
ES5	0.683	0.838	0.535	0.690
ES6	0.685	0.808	0.484	0.699
ES7	0.732	0.817	0.537	0.724
ES8	0.738	0.825	0.463	0.762
EL1	0.455	0.394	0.731	0.387
EL2	0.468	0.461	0.708	0.515
EL3	0.489	0.468	0.810	0.482
EL4	0.368	0.284	0.722	0.308
EL5	0.520	0.493	0.746	0.508
EL6	0.440	0.446	0.657	0.495
ET1	0.734	0.798	0.457	0.841
ET10	0.716	0.713	0.552	0.810
ET11	0.630	0.672	0.450	0.766
ET2	0.612	0.700	0.496	0.797
ET3	0.679	0.732	0.503	0.832
ET4	0.662	0.676	0.553	0.815
ET5	0.679	0.724	0.529	0.851
ET6	0.644	0.652	0.545	0.761
ET7	0.659	0.642	0.518	0.791
ET8	0.650	0.679	0.446	0.779

Lampiran 5 hasil *composite reliability* dan AVE

	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.930	0.510
X2	0.929	0.622
Y	0.872	0.534
Z	0.948	0.648

Lampiran 6 R-Square

	R Square	R Square Adjusted
Y	0.435	0.424
Z	0.779	0.776

Lampiran 7 uji hubungan (hipotesis)

Variabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
ES -> EL	-0.030	-0.029	0.186	0.160	0.873
ES -> ET	0.606	0.607	0.073	8.320	0.000
ESQ -> EL	0.374	0.383	0.125	2.988	0.003
ESQ -> ET	0.304	0.306	0.073	4.161	0.000
ET -> EL	0.344	0.347	0.148	2.324	0.021
ES -> EL	0.209	0.213	0.101	2.061	0.040
ES -> ET					
ESQ -> EL	0.104	0.104	0.048	2.173	0.030
ESQ -> ET					
ET -> EL					

Lampiran 8 wawancara responden

Hasil interview dengan respond

Nama responden	: Hasna Nur Afifah
Domisili	: D.I. Yogyakarta
Pekerjaan	: Mahasiswa

Peneliti : Assalammualaikum hasna

Hasna : Waalaikumsalam

Peneliti : Mau tanya, hasna pakai mobile bankinig syariah ?

Hasna : Iya pakai mbanking BNI Syariah

Peneliti : Hasna pakai mbanking syariah ini karena memang membutuhkan atau hanya sekedar pakai saja ?

Hasna : Hmm... Lebih ke butuh sih waktu itu sempet jualan *online* nah pakai mbanking ini sangat membantu dan memudahkan

Peneliti : owalah, hasna sempet jualan apa emangnya ? terus menurut hasna kualitas layanan mbanking syariah yang hasna pakai tu gimana ?

Hasna : Kualitas gimana ni yg dimaksud?

Peneliti : ya kualitas layanan seperti fitur fiturnya gitu, menurut hasna gimana ? apakah bagus, membantu, atau menyulitkan ?

Hasna : selama in ikan hanya pakai utuk pengiriman uang cek saldi dan ga pernah ada masalah sih

Peneliti : jadi tidak ada masalah ya selama menggunakan mobile banking syariah yang hasna pakai, apa hasna bakalan pakai terus mbanking

syariah untuk waktu mendatang ?

Hasna : Insya Allah gada.. transfer2 pun Alhamdulillah slalu berhasil

Iya pakai.. soalnya mempermudah banget

Peneliti : alhamdulillah, oke has. makasih ya hasna

hasna : sama sama imam

Nama responden	: Siti Mahfuzhah
Domisili	: D.I. Yogyakarta
Pekerjaan	: Mahasiswa

Peneliti : Assalammualaikum fuzah

Fuzah : waalaikumsalam mam

Peneliti : fuzah kan pakai mobile banking syariah ya, boleh nanya nanya dikit gak ni zah ?

Fuzah : iya pakai, boleh boleh

Peneliti : fuzah kira kira pakai mbanking syariah udah berapa lama ya ?

Fuzah : kurang lebih 2 tahunan ini mam

Peneliti : selama pakai mbanking syariah, fuzah mengalami kendala atau masalah terkait data pribadi akunnya gak ?

Fuzah : selama ini tidak ada kendala terkait dengan akun pribadi

Peneliti : tapi fuzah tau gak sih di pertengahan tahun sampai akhir tahun 2020 kemarin banyak kasuss kebocoran data nasabah ? fuzah percaya gak kalo mbanking syariah yg fuzah pakai bisa dipercaya

menjaga data pribadi ?

Fuzah : beberapa kasus memang ada. Tapi menurut pengalaman saya, selama saya menggunakan banking belum ada kendala terkait hal tersebut. Dan saya percaya kalau bank pastinya semakin kesini memiliki sistem yang dapat menjamin data nasabahnya.

Peneliti : oalah gitu, jadi fuzah percaya ya dengan informasi yang dibagikan mbanking syariah itu benar dan mbanking syariah menjaga data nasabahnya. Untuk waktu yang akan datang fuzah bakalan gunakan mbanking syariah ?

Fuzah : betul saya percaya. Pastinya tetap akan menggunakan mbanking syariah. selain memudahkan saat ini mbanking syariah juga memiliki fitur yang cukup lengkap

Peneliti : oke zah. Makasih ya zah

Fuzah : iya sama2 mas imam

Nama responden	: Faza Wahabalwafi R.
Domisili	: D.I. Yogyakarta
Pekerjaan	: Mahasiswa

Peneliti : assalammualaikum, faza

Faza : wa'alaikumsalam warahmatullahi wabarakut

Peneliti : boleh tanya-tanya sebentar gak za

Faza : boleh, silahkan

Peneliti : gini za, faza kan pakai mobile banking syariah ya, menurut faza
giaman sih rasanya setelah pakai layanan mobile banking syariah ?

Faza : nyaman sih sejauh ini, apalagi banyak fiturnya sehingga praktis

Peneliti : jadi merasa puas ya za dengan fitur-fitur yang diberikan sama
mobile banking syariah ?

Faza : puas sekali

Peneliti : tapi za, apakah dengan perasaan puas tersebut menjadi dasar utama
faza bakalan pakai mobile banking syariah di masa mendatang ?
dengan beberapa fenomena kejahatan elektronik yang terjadi ?

Faza : saya puas karena saya percaya dengan keamanan yang dimiliki
oleh mobile banking syariah, apabila dimasa mendatang terjadi
tindak kejahatan mungkin kepuasan saya turun

Peneliti : jadi rasa puas ini bukan menjadi sebuah alasan satu-satunya faza
bakaaln terus menggunakan mobile banking syariah ya ?

Faza : iya betul sekali, masih ada beberapa hal yang mempengaruhi saya
untuk teus menggunakan mobile banking syariah

Peneliti : oke za, mksh ya buat waktunya

Faza : iya, sama sama

Lampiran 9 biografi

Riwayat Hidup

Nama : Imam Surya Aji Saputra
Tempat & Tanggal Lahir : Surakarta, 9 Juni 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat : Tukangan DN2/473 Rt. 25
Rw. 05 Kelurahan Tegal
Panggung Kecamatan
Danurejan Kota Yogyakarta,
55212



E-mail : imamsuryaajisaputra@gmail.com
No. Ponsel : 082328874230

Pendidikan

2004 – 2010 : SDN Lempuyangwangi Yogyakarta
2010 – 2013 : SMP Muhammadiyah 4 Yogyakarta
2013 – 2016 : SMK Muhammadiyah 2 Yogyakarta
2017 – 2021 : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Organisasi

2013 – 2016 : IPM Muhammadiyah
2017 : ForSebi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2017 - 2019 : IMM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2019 : KSPM FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Pendidikan Non Formal

2018 : SBTC ForSebi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta