

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP  
LOYALITAS PENGGUNA *MOBILE BANKING* DENGAN *CONTINUANCE  
INTENTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

**(Studi Kasus : Bank Syariah di Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

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

**OLEH :**

**Atika Dwi Andani**

**NIM 18108020001**

**DOSEN PEMBIMBING :**

**Farid Hidayat, S.H., M.S.I**

**NIP 19810726 201503 1 002**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS ISLAM UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN  
KALIJAGA YOGYAKARTA  
2022**



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-590/Un.02/DEB/PP.00.9/05/2022

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS  
PENGGUNA MOBILE BANKING DENGAN CONTINUANCE INTENTION  
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS : BANK SYARIAH DI  
YOGYAKARTA)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ATIKA DWI ANDANI  
Nomor Induk Mahasiswa : 18108020001  
Telah diujikan pada : Rabu, 27 April 2022  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Farid Hidayat, S.H., M.S.I.  
SIGNED

Valid ID: 6295b84007715



Penguji I

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

Valid ID: 6295b890749d2



Penguji II

Mahfud Asyari, S.E., M.M.  
SIGNED

Valid ID: 6294796b4b1be



Yogyakarta, 27 April 2022  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 6295dec37b839

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudara Atika Dwi Andani  
Kepada  
**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**  
**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**  
Di – Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Atika Dwi Andani

NIM : 18108020001

Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking dengan Continuance Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Syariah di Yogyakarta)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 03 April 2022

Pembimbing



Farid Hidayat, S.H., M.S.I  
NIP. 19810726 201503 1 002

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN**  
**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Atika Dwi Andani  
NIM : 18108020001  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking dengan Continuance Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus Bank Syariah di Yogyakarta)” adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasi atau ditulis oleh orang lain, kecuali bagianbagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 05 April 2022

menyatakan  
  
Atika Dwi Andani  
1810802000

METERAI  
TEMPEL  
14C4EAJX725093240

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

**PERNYATAAN KEPENTINGAN AKADEMIS PERSETUJUAN  
PUBLIKASI TUGAS AKHIR**

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Atika Dwi Andani

NIM : 18108020001

Program Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

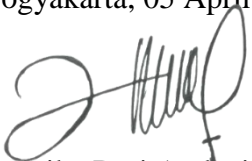
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta **Hak Bebas Royalti NonEksklusif** (*Non-Eksklusif Royalti – Free Right*) atau karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking Dengan Continuance Intention Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Syariah di Yogyakarta)**

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 05 April 2022

  
Atika Dwi Andani  
18108020001

## HALAMAN MOTTO

“Balas dendam yang terbaik adalah menjadikan dirimu lebih baik.”



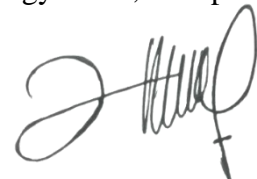
## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Group Cohesiveness, Personality Job-Fit, dan Stres Kerja Terhadap Turnover Intention* (Studi kasus karyawan Bank Syariah Indonesia KC Kediri)**”. Tak lupa sholawat serta salam selalu penulis haturkan kepada baginda nabi Muhammad SAW yang syafaatnya kita nantikan di yaumul kiamah.

Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya skripsi ini dapat terealisasikan. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Phill Al Makin, S. Ag., M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Dr. Afdawaiza, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Ibu Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi., MM selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. Bapak Farid Hidayat S.H., M.S.I selaku dosen pembimbing
5. Civitas akademik dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Yogyakarta, 10 April 2022



Atika Dwi Andani

18108020001



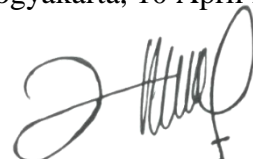
## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT dan shalawat serta salam kita haturkan kepada nabi Muhammad SAW. Skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayah dan Mama tercinta yang selalu mendukung dan tak henti-hentinya selalu mencurahkan doa, semangat, kasih sayang, serta pengorbanan yang besar baik secara materi maupun non-materi
2. Kakak saya Yultia Liana Devi yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk segera menyelesaikan skripsi
3. Rafenika Muktiana sepupu sekaligus bestie saya yang selalu memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi
4. Teman-teman tercinta saya Djodi Ramdhan, Muhammad Suhandi, dan Zildia Rezqi yang selalu ada untuk saya walau jarak memisahkan
5. Teman-teman SMA yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu
6. Untuk seseorang yang sedang terpuruk jauh disana dan tidak bisa saya sebutkan namanya semangat ya don't give up
7. Agusti Firdaus yang selalu sabar dan menemani saya dikala suka maupun duka
8. Teman SMP saya Marselino yang telah membantu saya dalam proses mengerjakan skripsi ini
9. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

Yogyakarta, 10 April 2022



Atika Dwi Andani  
18108020001



## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                            | i    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....                       | ii   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....              | iii  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....      | iv   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR</b> ..... | v    |
| <b>HALAMAN MOTTO</b> .....                            | vi   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                           | vii  |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....                      | viii |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                               | ix   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                             | xi   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                            | xii  |
| <b>ABSTRAK</b> .....                                  | xiii |
| <b>ABSTRACT</b> .....                                 | xiv  |
| <b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....                       | 1    |
| A. Latar Belakang Masalah.....                        | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....                              | 8    |
| C. Tujuan Penelitian.....                             | 9    |
| D. Manfaat Penelitian.....                            | 10   |
| E. Sistematika Kepenulisan .....                      | 10   |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORI</b> .....                  | 12   |
| A. Elektronik Banking.....                            | 12   |
| B. Loyalitas .....                                    | 17   |
| C. Kepercayaan .....                                  | 21   |
| D. Kepuasan .....                                     | 22   |
| E. Continuance Intention .....                        | 25   |
| F. Telaah Pustaka.....                                | 26   |
| G. Kerangka Berfikir.....                             | 31   |
| H. Pengembangan Hipotesis.....                        | 31   |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN</b> .....              | 39   |
| A. Model Penelitian.....                              | 39   |

|   |            |
|---|------------|
| B. Lokasi dan Objek Penelitian.....               | 39         |
| C. Populasi dan Sampel Penelitian.....            | 39         |
| D. Sumber Data Penelitian.....                    | 41         |
| E. Teknik Pengumpulan Data.....                   | 41         |
| F. Definisi Operasional Variabel.....             | 43         |
| G. Skala Pengukuran Penelitian.....               | 48         |
| H. Metode Analisa Data.....                       | 49         |
| <b>BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>56</b>  |
| A. Analisis Karakteristik Responden.....          | 56         |
| B. Profil Partisipan.....                         | 57         |
| C. Pengujian Outer Model.....                     | 60         |
| D. Pengujian Inner Model.....                     | 65         |
| E. Pembahasan.....                                | 76         |
| <b>BAB V : PENUTUP.....</b>                       | <b>89</b>  |
| A. Kesimpulan.....                                | 89         |
| B. Saran.....                                     | 91         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                        | <b>94</b>  |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                              | <b>98</b>  |
| <b>CURICULUM VITAE.....</b>                       | <b>112</b> |

## DAFTAR TABEL

|            |   |    |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1  | Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia ..... | 2  |
| Tabel 2.1  | Penelitian Terdahulu .....                                | 31 |
| Tabel 3.1  | Desain Pengukuran Skala Likert .....                      | 43 |
| Tabel 3.2  | Operasional Variabel .....                                | 47 |
| Table 3.3  | Skala Cronbach Alpha .....                                | 54 |
| Table 4.1  | Loading Faktor Pertama .....                              | 61 |
| Tabel 4.2  | Outer Loading Kedua .....                                 | 62 |
| Tabel 4.3  | Discriminan Validity .....                                | 63 |
| Tabel 4.4  | Uji Reabilitas .....                                      | 64 |
| Tabel 4.5  | Nilai Uji R-square .....                                  | 66 |
| Table 4.6  | Nilai Multikoleniaritas .....                             | 68 |
| Table 4.7  | Nilai Patch Coefficient .....                             | 70 |
| Table 4.8  | Nilai Indirect Effect .....                               | 72 |
| Tabel 4.9  | Rangkuman Hasil Hipotesis .....                           | 74 |
| Tabel 4.10 | Hasil Jawaban Kuesioner X1 .....                          | 76 |
| Table 4.11 | Jawaban Kuesioner X2 .....                                | 79 |
| Tabel 4.12 | Rekapitulasi Kuesioner .....                              | 85 |

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                     |    |
|------------|-------------------------------------|----|
| Gambar 4.1 | Jenis Kelamin Responden .....       | 57 |
| Gambar 4.2 | Usia Responden.....                 | 58 |
| Gambar 4.3 | Pendidikan Terakhir Responden ..... | 59 |
| Gambar 4.4 | Pekerjaan Responden .....           | 59 |
| Gambar 4.5 | Model SEM .....                     | 67 |



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepuasan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas dengan *continuance intention* atau niat berkelanjutan mediasi variabel dalam penelitian ini. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dengan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank syariah yang menggunakan obile banking di Yogyakarta dan untuk teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sebanyak 50. 40 diantaranya responden dengan mengisi kuesioner yang disebar oleh peneliti, dan 10 adalah narasumber yang bersedia untuk wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan bantuan SEM PLS 03.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini ialah variabel kepuasan, dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking, namun pada variabel kepuasan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* atau niat pengguna berkelanjutan, dan sedangkan *continuance Intention* atau niat pengguna berkelanjutan sendiri berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking bank syariah di Yogyakarta.

**Kata Kunci** : kepuasan, kepercayaan, niat pengguna berkelanjutan, dan loyalitas pengguna mobile banking bank syariah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRACT

*This study aims to determine whether satisfaction and trust affect loyalty with continuance intention or continuous intention mediating variables in this study. The type of data used in this research is primary data by distributing questionnaires and interviews. The population in this study are Islamic bank customers who use mobile banking in Yogyakarta and for the sampling technique, namely by using purposive sampling technique with a total of 50. 40 of them are respondents by filling out questionnaires distributed by researchers, and 10 are resource persons who are willing to interview. The data analysis technique used in this research is with the help of SEM PLS 03.*

*The results obtained in this study are that the variables of satisfaction and trust have no significant effect on the loyalty of mobile banking users, but the variables of satisfaction and trust have a positive and significant effect on continuance intention or continuous user intentions, and while continuance intention has an effect on positive and significant on the loyalty of Islamic bank mobile banking users in Yogyakarta.*

**Key Words :** *Satisfaction, Trust, Continuance Intention, and loyalty of mobile banking bank syariah*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Ketika globalisasi mengambil alih dunia, hampir semua aspek kehidupan manusia berubah secara dramatis. mulai dari gaya hidup, pendidikan, teknologi, dan lain sebagainya. Globalisasi memberikan dampak positif yang cukup besar, dan signifikan terutama dalam dunia teknologi dan informasi. Perkembangan di bidang teknologi informasi yang semakin canggih ini, juga berdampak besar pada perusahaan jasa maupun non jasa. Dimana kondisi yang serba digital ini dimanfaatkan oleh para industri jasa maupun non jasa untuk terus bersaing dengan kompetitor- kompetitor lain dalam dunia bisnisnya.

**Gambar 1. 11**  
**Data Pengguna Internet di Indonesia 2019-2020**





**Tabel 1.1**  
**Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia**

| No | Provinsi      | Jumlah Pengguna Internet 2019-2020 (Juta) | Jumlah Pengguna Internet 2018 (Juta) |
|----|---------------|---|--------------------------------------|
| 1  | DKI JAKARTA   | 8,928,485                                 | 8,384,112                            |
| 2  | JABAR         | 35,100,611                                | 28,261,216                           |
| 3  | JATENG        | 26,536,320                                | 24,531,969                           |
| 4  | DI YOGYAKARTA | 2,746,706                                 | 2,817,905                            |
| 5  | JATIM         | 26,350,802                                | 23,278,399                           |
| 6  | BANTEN        | 9,980,725                                 | 8,145,020                            |

Dari data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), terlihat jelas total pengguna internet di Indonesia kini mencapai 196,7 juta, dengan penetrasi 73,3 persen dari total populasi. Kota Yogyakarta menempati urutan ke empat dengan 2.746.706 pengguna internet pada tahun 2019-2020. Ini menandakan hampir sebagian besar masyarakat Indonesia termasuk kota Yogyakarta menggunakan internet. Internet sendiri merupakan jaringan langsung yang terhubung melalui gadget atau laptop dan komputer. Dan ini merupakan salah satu dampak positif dari globalisasi.

Dengan dampak positif dari globalisasi di bidang teknologi ini menyebabkan manusia hidup selalu berdampingan dengan gadget, komputer, dan sebagainya. keadaan ini dimanfaatkan oleh para pesaing di bidang bisnis untuk terus berinovasi, berkarya dan mempertahankan perusahaannya demi bersaing dengan kompetitor kompetitor lainnya. Salah satu perusahaan besar yang memanfaatkan situasi ini yaitu sektor perbankan yang meluncurkan bank berbasis digital atau yang kita kenal dengan sebutan *mobile banking*. Dengan adanya mobile banking tentunya akan lebih memudahkan nasabah dalam pelayanan di bidang perbankan.

*M-Banking* adalah suatu program khusus yang diterbitkan oleh bank dimana program ini bergerak di bidang pelayanan. Program layanan ini yaitu untuk melakukan berbagai transaksi yang ditawarkan bank pada nasabah melalui sebuah aplikasi. Dengan melalui *mobile banking* nasabah bisa melakukan berbagai transaksi keuangan layaknya pada mesin ATM mulai dari transfer, isi pulsa, token listrik, hingga lainnya dengan hanya membuka dan menggunakan fitur yang ada pada aplikasi *Mobile Banking* yang relatif mudah dan cepat.

Dengan adanya fitur mobile banking ini dapat memudahkan para nasabah melakukan transaksi secara terpercaya dan efisien karena fitur yang ada dalam mobile banking ini diawasi langsung oleh otoritas jasa keuangan (OJK) dan aplikasi ini sangat mudah untuk dimengerti dan digunakan, sehingga nasabah tidak perlu mengunjungi mesin ATM atau Bank untuk melakukan sebuah transaksi.

Berbagai pendapat nasabah yang menyatakan bahwa mobile banking praktis karena tidak perlu datang ke Bank atau mesin ATM sebesar (46,5%), transaksi menjadi lebih cepat sebesar (32,7%), mempermudah untuk cek saldo melalui *handphone* sebesar (17,8%), dan memudahkan mencari tahu informasi tentang akad pada bank tersebut sebesar (3%), serta mengoperasikannya mudah sebesar (1%). Menurut MARS Research Specialist, 2010), berdasarkan data BCA sendiri pada 2007 sebanyak 71% nasabah bertransaksi melalui ATM, 17% melalui cabang dan sisanya melalui

mobile banking. Namun sekarang 75% nasabah bertransaksi melalui mobile banking, 23% melalui ATM.

Berdasarkan catatan dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK), jumlah yang menggunakan e-banking (SMS banking, dan internet Banking) meningkat menjadi 270% dari 13,6 juta nasabah pada tahun 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada tahun 2016. Maka dengan data tersebut, tiap perbankan membutuhkan digital branch atau sebuah kantor yang khusus menyediakan dan melayani kegiatan transaksi dengan menggunakan digital banking.

Industri jasa layanan perbankan menyediakan fitur mobile banking guna untuk memudahkan nasabah dalam beraktivitas proses transaksi keuangan. Dengan adanya fitur layanan banking berbasis digital ini akan memudahkan nasabah dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan keuangan. Berdasarkan survei yang dilaksanakan diperoleh pengguna mobile banking sebesar 9,9 juta nasabah dari delapan bank ternama di Indonesia yaitu: bank mandiri, bank BRI, bank BCA, bank BNI, bank cimb niaga, bank danamon, bank permata, dan bank panin, bank tersebut merupakan bank yang memiliki aset terbesar

Mobile banking yang semakin populer ini dapat mengubah kegiatan nasabah dalam hal transaksi seperti transfer, pembayaran ecommerce, dll yang sebelumnya harus di proses di bank namun dengan adanya fitur mobile banking kini sudah tidak harus ke bank melainkan dimanapun dan kapanpun dapat mengaksesnya. Dengan adanya mobile banking ini tingkat kepuasan

nasabah meningkat karena dengan adanya fitur ini dapat memudahkan nasabah.

Sektor perbankan juga wajib menjaga kerahasiaan data nasabah di bank tersebut. Kerahasiaan data nasabah ini dilakukan oleh bank untuk mencegah adanya penipuan dan penyalahgunaan data nasabah. Sektor bank diawasi langsung oleh BI dan OJK karena itu nasabah tidak perlu khawatir akan kebocoran data dan penipuan data nasabah. Ini dilakukan bank untuk mendapatkan kepercayaan nasabahnya terhadap bank tersebut.

Banyak sekali faktor yang menyebabkan nasabah menjadi loyal terhadap penggunaan mobile banking. Mulai dari kepercayaan yang ditimbulkan nasabah untuk banknya karna terjaminnya data pada mobile banking dijaga oleh pihak bank ini akan menimbulkan rasa percaya. Rasa percaya ini sangat penting dalam meningkatkan *continuance intention* dan loyalitas penggunaan mobile banking. Dan bukan hanya itu namun ada faktor lain yang juga menyebabkan meningkatnya *continuance intention* dan loyal yaitu rasa puas nasabah. Kepuasan adalah seberapa persepsi mengenai suatu produk atau jasa sesuai dengan harapan dan ekspektasi dari konsumen. Dalam hal perbankan tentunya menyangkut pada nasabahnya, dimana kepuasan nasabah muncul karena pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi dan harapan nasabah. Seperti hal mobile banking yang memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah yang menggunakannya. Karena dengan adanya mobile banking nasabah sangat puas atas kecepatan mengakses dan kemudahan untuk digunakan dimanapun dan tidak membuang waktu banyak untuk bertransaksi

serta tidak perlu meluangkan waktu untuk pergi ke bank. Dengan adanya kepercayaan ini juga akan meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan mobile banking.

Menurut (Amoroso, 2017) menyatakan bahwa *Continuance intention* mengacu pada tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu yang dapat digunakan sebagai ukuran niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu berulang kali. Dalam hal ini karena adanya kepuasan nasabah dan kepercayaan nasabah akan meningkatkan keinginan nasabah yang berulang-ulang dalam hal penggunaan mobile banking (*continuance intention*) dan menjadikan nasabah loyal dalam penggunaan mobile banking. Untuk menguatkan penelitian ini, maka peneliti merujuk pada beberapa penelitian terdahulu terkait variabel kepercayaan, kepuasan, citra bank terhadap loyalitas, berikut beberapa penelitian terdahulu.

Selanjutnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Rhamdhani, 2020) dengan judul “Pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan *continuance intention* terhadap loyalitas pada pengguna *mobile banking*” dengan hasil kepercayaan dan kepuasan nasabah mampu berperan sebagai anteseden dari *Continuance Intention* ataupun loyalitas nasabah. Penelitian tersebut menggambarkan bahwa *Continuance Intention* juga akan mendapat pengaruh dari kepuasan maupun kepercayaan. Dengan adanya kepercayaan dan kepuasan nasabah dapat menimbulkan rasa *Continuance Intention* atau kegiatan berulang-ulang dan akan menimbulkan loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking*.

Penelitian yang dilakukan oleh Dede Dzurotun Nisa, 2013 dengan judul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah menggunakan layanan internet banking mandiri” menyatakan bahwa kesembilan faktor dalam penelitian tersebut berpengaruh positif terhadap minat menggunakan *internet banking mandiri*. Kesembilan faktor tersebut diantaranya: faktor kenyamanan, faktor kemampuan mengakses, faktor ketersediaan fitur, faktor privasi, faktor kecepatan, faktor tarif dan biaya, faktor desain, faktor konten, dan terakhir yang selaras dengan penelitian ini yaitu faktor citra bank.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Yulia Widi *dkk 2020* dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Mobile Banking Syariah memberikan hasil variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking, ini berarti bahwa kepercayaan nasabah tidak selalu meningkatkan loyalitas penggunanya.

Dari adanya data pengguna internet di kota Yogyakarta dengan urutan ke empat yang diperoleh dari APJII ini dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dijabarkan pada latar belakang dengan hasil yang signifikan pada loyalitas pengguna mobile banking namun terdapat beberapa variabel yang tidak signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Maka penelitian ini akan dilakukan pengkajian atau penelitian ulang, yang berjudul “PENGARUH KEPUASAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA MOBILE BANKING (STUDI KASUS BANK SYARIAH YOGYAKARTA)”.



Pada penelitian ini menggunakan *continuance intention* sebagai variabel intervening karena variabel intervening sendiri merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independent dan dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diukur (Sugiyono, 2019: 39). *Continuance Intention* sendiri terbukti dari beberapa penelitian terdahulu mampu memberikan hubungan yang positif dan signifikan terhadap variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini yakni variabel kepuasan dan kepercayaan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna mobile banking di bank Syariah Yogyakarta ?
2. Apakah kepercayaan dapat mempengaruhi nasabah terhadap loyalitas pengguna mobile banking di bank Syariah Yogyakarta ?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap pengguna berkelanjutan atau *continuance intention* ?
4. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap pengguna berkelanjutan atau *continuance intention*?
5. Apakah pengguna berkelanjutan atau *continuance intention* berpengaruh terhadap loyalita pengguna mobile banking ?



6. Bagaimanakah pengaruh tidak langsung kepuasan terhadap loyalitas pengguna mobile banking melalui pengguna berkelanjutan atau *continuance intention* sebagai variabel intervening ?
7. pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap loyalitas pengguna mobile banking melalui pengguna berkelanjutan *continuance intention*?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh tingkat kepuasan nasabah terhadap loyalitas pengguna mobile banking di bank Syariah Yogyakarta
2. Mengetahui apakah kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas pengguna mobile banking di bank Syariah Yogyakarta
3. Mengetahui kepuasan berpengaruh terhadap pengguna berkelanjutan/*continuance intention*
4. Mengetahui apakah kepercayaan berpengaruh terhadap pengguna berkelanjutan/*continuance intention*
5. Mengetahui pengaruh tidak langsung kepuasan terhadap loyalitas pengguna mobile banking melalui pengguna berkelanjutan/*continuance intention* sebagai variabel intervening
6. Mengetahui pengaruh tidak langsung kepercayaan terhadap loyalitas pengguna mobile banking melalui pengguna berkelanjutan/*continence intention* sebagai variabel intervening

7. Mengetahui pengaruh *continuance intention* terhadap loyalitas pengguna mobile banking

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang terdapat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Akademis hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan sumber informasi terkait kepercayaan, kepuasan, yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas pengguna mobile banking di Yogyakarta.
2. Bagi Lembaga Perbankan Syariah penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam mobile banking sehingga meningkatkan kepuasan nasabah serta menimbulkan loyalitas nasabah.
3. Bagi Para Pembaca (Umum) hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terkait beberapa faktor yang menimbulkan loyalitas nasabah dalam menggunakan mobile bankin Syariah, diantaranya yakni kepercayaan, kepuasan.

#### **E. Sistematika Kepenulisan**

Dalam kajian penelitian ini, sistematika pembahasan terbagi menjadi lima bab yang saling berkaitan. Adapun uraian sistematika pembahasan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

##### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bagian ini menjelaskan argumentasi tentang pentingnya penelitian yang sedang berlangsung, termasuk latar belakang yang memuat dasar untuk pembahasan lebih lanjut, rumusan masalah untuk menimbulkan fokus pembahasan, tujuan penelitian dan tujuan penelitian yang mengarah pada

pentingnya penelitian, serta sistematika penulisan yang akan mempermudah pembaca memeriksa bagian- bagian penelitian.

## BAB 2 : LANDASAN TEORI

Bagian ini berisi tentang landasan teori yang menjelaskan tentang kerangka teori, telaah pustaka yang memuat penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian peneliti dan pengembangan hipotesis dan kerangka penelitian yang akan diuji.

## BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bagian ini menguraikan metode atau teknik yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis dan sifat penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, definisi operasional variabel yang kemudian hasilnya akan dibahas dan dianalisis bab berikutnya.

## BAB 4 : HASIL DAN ANALISIS DATA

Bagian ini menguraikan mengenai analisa data dan pembahasan mengenai hasil pengumpulan data serta interpretasi terkait dengan hasil penelitian.

## BAB 5 : PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir dari penelitian skripsi yang berisi kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian serta saran dan masukan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang diolah dengan menggunakan bantuan smart pls 3 sedemikian rupa dalam penelitian ini yang membahas “Pengaruh kepuasan, Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking dengan *Continuance Intention* sebagai Variabel Intervening dapat disimpulkan:

1. Variabel kepuasan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking karena  $t\text{-statistik} \leq t\text{-tabel}$  yaitu sebesar  $1,937 \leq 2,024$  dan nilai signifikan  $p\text{-value} \geq 0,053$  maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking, sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.
2. Variable kepercayaan Tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking karena  $t\text{-statistik} \leq t\text{-tabel}$  ( $0,215 \leq 2,024$ ) sementara nilai signifikan  $p\text{-value} 0,830 \geq 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking, sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima.
3. Variabel Kepuasan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* karena nilai  $t\text{ statistic} \geq$  dari  $t\text{ table}$  ( $7,454 \geq 2,024$ ) dan nilai  $p\text{-value} \leq 0,05$  sebesar  $0,000$ . Maka dapat disimpulkan bahwa

kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan (*continuance intention*) layanan *mobile banking*

4. Variable kepercayaan Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap *continuance intention* karena nilai t statistik  $\geq$  t tabel yaitu  $2,267 \geq 2,024$  sementara nilai p-value  $0,024 \leq 0,05$ . Dapat diartikan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengguna berkelanjutan (*continuance intention*) dalam menggunakan layanan *mobile banking*.
5. Variabel *continuance intention* Terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile banking* karena nilai t-statistik  $\geq$  t-tabel yaitu  $5,025 \geq 2,024$  dan nilai signifikan p-value  $0,000 \leq 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa niat pengguna berkelanjutan (*continuance intention*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *mobile banking*.
6. Variable Variabel kepuasan terdapat pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui *continuance intention* karena nilai t-statistik  $\geq$  ttabel yaitu  $4,484 \geq 2,024$  dan pvalue  $\leq 0,05$  yaitu  $0,000 \leq 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *continuance intention* dapat mempengaruhi secara tidak langsung antara kepuasan terhadap loyalitas pengguna *mobile banking*.
7. Variable kepercayaan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap loyalitas melalui *continuance* dilihat nilai t statistic  $\geq$  t table ( $3,986 \geq 2,024$ ) sementara p-value  $\leq 0,05$  yakni ( $0,048 \leq 0,05$ ). Dapat disimpulkan kepercayaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan, analisis data, dan kesimpulan diatas hasil penelitian ini dapat memberikan saran sebagai berikut:

### **1. Bagi Perusahaan**

- a. Ditinjau dari jenis pekerjaan responden yang telah terkumpul, pekerjaan responden dominan wiraswasta dimana wiraswasta ini bekerja dengan jam yang fleksibel sehingga memungkinkan untuk meluangkan waktu bertransaksi menggunakan mobile banking, dan yang paling sedikit ialah pada pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS), dimana PNS ini tidak memiliki banyak waktu luang untuk mengakses berupa transaksi pada mobile banking. Untuk itu pihak Bank syariah perlu memperhatikan nasabah-nasabah yang mungkin kesulitan mengakses karena terbatasnya jam operasional.
- b. Dilihat dari karakteristik usia responden, sesuai kuesioner responden yang terkumpul dengan karakteristik dominan usia yaitu 20-25 dimana usia ini usia yang terbilang masih sangat produktif dan muda atau bisa terbilang usia milenial yang ketergantungan dengan gadget, namun diluar dari usia tersebut sangat minim sekali karena kemungkinan masih kesulitan untuk memahami bertransaksi melalui gadget sehingga pihak bank syariah dapat mengedukasi nasabahnya terlebih bagaimana menggunakan mobile banking dan edukasi ini tidak hanya bertatap muka namun juga dapat dengan melalui brosur yang disebar untuk nasabahnya.

- c. Seluruh Bank Syariah di Yogyakarta untuk terus meningkatkan kualitas dalam mobile bankingnya seperti mengupgrade selalu fitur-fitur yang terdapat dalam mobile banking agar nasabah merasa puas terhadap fitur-fitur di dalam mobile banking.

## 2. Bagi Akademisi

Saran untuk penelitian yang akan datang diharapkan untuk terus mengembangkan penelitian terkait faktor kepuasan, kepercayaan terhadap loyalitas mobile banking dengan menambahkan variabel lain untuk memperkuat hasil peneliti di bidang mobile banking. Selain itu peneliti yang akan datang untuk menambah sampel penelitian yang tidak terbatas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ackaradejruangsri, D. L. A. & P. (2017). *The Impact of Inertia as Mediator and Antecedent on Consumer Loyalty and Continuance Intention*. International Journal of Customer Relationship Marketing and Management.
- Ahmadi Rulam. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Anderson, E. and Weitz, B. (1992). *The Use of Pledges to Build and Sustain Commitment in Distribution Channels*. Journal of Marketing Research. Vol.54; pp.18-34
- Baabdullah, A.M.; Alalwan, A.A.; Rana, N. P. . K., & Hatice; Patil, P. (2018). *Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model*.
- Bhattacharjee, A. (2001). *Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model*. Jurnal Management Vol. 25, No. 3, 25 no 3.
- Buchari Alma, D. J. P. (2014). *Manajemen Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Cyr, D., Head, M., & Ivanov, A. (2006). Design aesthetics leading to m-loyalty in mobile commerce. *Information and Management*, 43(8), 950–963. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.08.009>
- Darmadi Durianto, Sugiarto, & Toni S. (2001). *strategi menaklukan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merk*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Dede Dzurotun Nisa, T. S. A. dan K. O. (2013). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Banking Mandiri*. Jurnal Manajemen Maranatha, 13(1), 113–713.
- DR.DRS.Ngatno, M. (2015). *Analisis Data Variabel Mediasi Dalam Riset Bisnis Dengan Program SPSS*.
- Dwi Suhartanto, Christopher Gan, Ira Siti Sarah, S. (2019). Loyalty towards Islamic banking: service quality, emotional or religious driven. *Journal of Islamic Marketing*.
- Fitriana, A. (2016). *Analisis TAM Terhadap Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nasabah Menggunakan Layanan Internet Banking BCA*. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 7(3), 135. <https://doi.org/10.22303/csrid.7.3.2015.135-144>

- Gaffar, Vanessa. (2007). *Customer Relationship Management and Marketing Public Relation*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Ghozali, H. L. & I. (2012). *Partial least squares : konsep, teknik dan aplikasi SmartPLS 2.0 M3 untuk penelitian empiris*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regres*.
- Hendarsyah, D. (2019). *Keamanan Layanan Internet Banking Dalam Transaksi Perbankan*. Journal of Computing and Cybernetics.
- Hengky Latan, I. G. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3*.
- Husein, U. (2008). *Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT RajaGrafindo Persada.
- John C. Mowen dan Michael Minor. (2002). *perilaku konsumen*, Edisi Kelima, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Joseph F. Hair, JR, Rolph E. Anderson, R. L. T. & W. C. B. (1998). *Multivariate Data Analysis Fifth Edition*.
- Kotler, P., & Keller, K., L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Jilid 1, Ed.12).
- Kusuma, N. L. (2019). *Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Mobile Banking Bank BNI Syariah (Studi Kasus di Wilayah Jakarta)*
- Ledesman, M. (2018). *Pengaruh Manfaat, Kepercayaan, dan Penggunaan terhadap Minat Nasabah Menggunakan Layanan Mobile Banking* (Studi Pada BSM Cabang Bandar Jaya). **Skripsi**, 112.
- Lin, Y.-S., Li, Y.-J., & Tsay, C.-Y. (2015). *An Investigation of the Relationship between Customer Satisfaction and Loyalty on the Brand Image of Taiyen's Products-A Case Study of the Customer in Pingtung Area*. Journal of Marketing Management (JMM).
- Lutfi, kaledin sindadari & A. (2021). *Pengaruh Citra perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pengguna BNI Mobile Banking Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni*. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 5. Manajemen M., Ekonomi, F., Universitas, B., & Kuala. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 5. Manajemen, M., Ekonomi, F., Universitas, B., & Kuala, S. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile*

Banking BNI Di Banda Aceh Dengan Kepercayaan Nasabah, Kepuasan Nasabah, Komitmen Nasabah, Dan Nilai Nasabah Sebagai Variabel Mediasi

- Rinaldy 1 , Permana Honeyta Lubis 2 , Sorayan. *Jurnal Perspektif Manajemen Dan Perbankan*, 8(3), 19–48. <http://infotentangbank.blogspot.co.id>
- Mohammadi, H. (2015). A study of mobile banking loyalty in Iran. *Computers in Human Behavior*, 44, 35–47. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.015>
- Muyatningsih, E. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. ojk. (2013). *Undang-undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah*. ojk. (2015). *Bijak Ber E-Banking*. OJK. (n.d.). 10/POJK.03/2014. 2014.
- Oliveira, T. (2016). *Mobile payment: Understanding the determinants of customer adoption and intention to recommend the technology*.
- Oliver, R. L., & Swan, J. E. (1989). Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach. *Journal of Marketing*, 53(2), 21. <https://doi.org/10.2307/1251411>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2018). POJK Nomor 12/POJK.03/2018 Tentang Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum. [http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembagakeuanganmikro/peraturan-ojk/Documents/Sal-POJK\\_perizinan\\_Final.Pdf](http://www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/regulasi/lembagakeuanganmikro/peraturan-ojk/Documents/Sal-POJK_perizinan_Final.Pdf)
- Philip kotler. (2005). *Managemen Pemasaran*.
- Philip Kotler. (1997). *Marketing management : analysis, planning, implementation, and control*.
- Prawiramulia, G., & Telkom, U. (2014). Pengaruh Kualitas Mobile banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank mandiri (studi Pada Pengguna Mandiri Mobile di Kota bandung).
- Rhamdhani, I. M. (2020). *Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Continuance Intention terhadap Loyalitas pada Pengguna Mobile Banking*. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 167–175.
- Rutoto, S. (2007). *Pengantar Metodologi Penelitian*. FKIP: Universitas. Muria Kudus.
- Sayani, H. (2015). *Customer Satisfaction and Loyalty in the United Arab Emirates Banking Industry*. *International Journal of Bank Marketing*, 33.
- Setiawan, H. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan, Presepsi Nilai, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Mobile Banking. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 20.

- Sopiah, E. M. S. &. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi, Styarini, F., & Riptiono, S. (2020). *Analisis Pengaruh Customer Trust Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking Melalui Perceived Risk dan Perceived Usefulness Sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 2(4), 670–680. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v2i4.590>
- Sugiyono. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung.
- Sumitro, W. (2004). *Asas Asas Perbankan Islam & Lembaga terkait*. Jakarta PT Raja grafindo Pesada
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi ke 3*. Tjiptono, Fandy. (2007). *No Strategi pemasaran ed II*.
- Wu, T. C. L. & L. W. (2007). Customer retention and cross-buying in the banking industry: An integration of service attributes, satisfaction and trust. *Journal of Financial Service Marketing*, 12.