

**ANALISIS PENGARUH *M-BANKING SERVICE QUALITY* TERHADAP  
*M-BANKING LOYALTY* DIMEDIASI *M-BANKING SATISFACTION*  
(STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH GENERASI Z)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**ABID ADLY NOOR FAUZY**

**NIM: 17108020085**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

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

**2023**

**ANALISIS PENGARUH *M-BANKING SERVICE QUALITY* TERHADAP  
*M-BANKING LOYALTY* DIMEDIASI *M-BANKING SATISFACTION*  
(STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH GENERASI Z)**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**SKRIPSI**

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

**OLEH:**

**ABID ADLY NOOR FAUZY**  
**NIM: 17108020085**

**PEMBIMBING:**

**ALEX FAHRUR RIZA, SE., M.Sc.**  
**NIP. 19900412 000000 1 301**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**



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-1161/Un.02/DEB/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : ANALISIS PENGARUH M-BANKING SERVICE QUALITY TERHADAP M-BANKING LOYALTY DIMEDIASI M-BANKING SATISFACTION (STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH GENERASI Z)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ABID ADLY NOOR FAUZY  
Nomor Induk Mahasiswa : 17108020085  
Telah diujikan pada : Rabu, 12 Juli 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

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

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

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

Valid ID: 64d4906973c6f



Penguji I

Jauhar Faradis, S.H.I., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 64d8a3c1baaf3



Penguji II

Fitri Zaelina, S.E.I., M.E.K  
SIGNED

Valid ID: 64d5b8748843f



Yogyakarta, 12 Juli 2023  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Valid ID: 64df3480e9d89

## HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Abid Adly Noor Fauzy

Kepada

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di – Yogyakarta

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

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

Nama : Abid Adly Noor Fauzy  
NIM : 17108020085  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *M-Banking Service Quality* Terhadap *M-Banking Loyalty* Dimediasi *M-Banking Satisfaction*  
(Studi Pada Nasabah Bank Syariah Generasi Z)

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

Dengan ini kami berharap agar Skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Yogyakarta, 21-Agustus-2023  
Pembimbing



**ALEX FAHRUR RIZA, SE., M.Sc.**  
**NIP. 19900412 000000 1 301**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abid Adly Noor Fauzy

NIM : 17108020085

Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh *M-Banking Service Quality Terhadap M-Banking Loyalty Dimediasi M-Banking Satisfaction (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Generasi Z)***” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri. Bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi

Yogyakarta, 21-Agustus-2023

Penyusun



Abid Adly Noor Fauzy

NIM: 17108020085

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI UNTUK KEPENTINGAN  
AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Abid Adly Noor Fauzy  
NIM : 17108020085  
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan menyetujui untuk memberi kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“ANALISIS PENGARUH *M-BANKING SERVICE QUALITY* TERHADAP *M-BANKING LOYALTY* DIMEDIASI *M-BANKING SATISFACTION* (STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH GENERASI Z)”**

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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 21-Agustus-2023  
Penyusun



**Abid Adly Noor Fauzy**  
**NIM: 17108020085**

**HALAMAN MOTTO**

*“It’s me against me”*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, saya persembahkan skripsi ini:

### **Orang Tua**

Terima kasih telah membawa saya pada kehidupan ini, terima kasih untuk semua dukungan yang diberikan selama ini, terima kasih untuk tidak pernah menyerah dalam membesarkan saya. Terima kasih juga atas doa yang dikirimkan dan surga berada di bawah telapak kakimu.

### **Saudara saudariku**

Segala doa serta dukungan kalian yang membuat saya menjadi bersemangat dan termotivasi dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kita dapat membanggakan kedua orang tua kelak.

### **Teman-temanku**

Terima kasih untuk teman-teman terbaikku yang selalu ada untukku. Banyak suka duka yang telah kita lewati bersama dan saya sangat bersyukur dikelilingi oleh manusia-manusia baik yang tiada hentinya memberikan dorongan dan motivasi untuk terus maju. Terima kasih dan tetap semangat untuk kalian dalam menggapai cita-cita.

### **Almamaterku**

Terima kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga kalian selalu dalam lindungan Allah SWT.



## PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	KETERANGAN
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>Sa'</i>	ṡ	Es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ha'</i>	ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	Ka dan Ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	Es dan Ye
ص	<i>Šad</i>	š	es (dengan titik di bawah)
ض	<i>Dad</i>	ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	<i>Ṭa'</i>	ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	<i>Ža'</i>	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	<i>'Ain</i>	‘	koma terbalik di atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	El
م	<i>Mim</i>	M	Em
ن	<i>Nun</i>	N	En
و	<i>Wawu</i>	W	We
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	`	Apostrof

ي	Ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

### B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	'iddah

### C. *Tā' marbūṭāh*

Semua *Tā' marbūṭāh* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal maupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “*al'*”) ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata dalam Bahasa Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
علة	Ditulis	'illah
كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>

### D. Vokal Pendek dan Penerapannya

Semua *Tā' marbūṭāh* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal maupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “*al'*”) ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata dalam Bahasa Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia seperti salat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

--- ◌◌ ---	<i>Faṭḥah</i>	Ditulis	<i>A</i>
--- ◌◌ ---	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>i</i>
--- ◌◌ ---	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>u</i>
فَعَل	<i>Faṭḥah</i>	Ditulis	<i>fa'ala</i>
كُفِرَ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	<i>zūkira</i>
يَذْهَبُ	<i>Ḍammah</i>	Ditulis	<i>yazhabu</i>

### E. Vokal Panjang

1. <i>Faṭḥah + alif</i>	جاهلية	Ditulis Ditulis	<i>ā</i> <i>jāhiliyyah</i>
2. <i>Faṭḥah + yā' mati</i>	تَنسَى	Ditulis Ditulis	<i>ā</i> <i>tansā</i>
3. <i>Kasrah + yā' mati</i>	كريم	Ditulis Ditulis	<i>ī</i> <i>karīm</i>
4. <i>Ḍammah + wāwumati</i>	فروض	Ditulis Ditulis	<i>ū</i> <i>furūd</i>

### F. Vokal Rangkap

1. <i>Faṭḥah + yā' mati</i>	بينكم	Ditulis Ditulis	<i>ai</i> <i>bainakum</i>
2. <i>Ḍammah + wāwumati</i>	قول	Ditulis Ditulis	<i>au</i> <i>qaul</i>

### G. Kata Sandang Alif – Lam

أَنْتُمْ	Ditulis	<i>a'antum</i>
أَعْدَات	Ditulis	<i>u'iddat</i>
إِنَّ شَكَرْتُمْ	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

### H. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan Aposrof

1. Bila diikuti oleh huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “*al*”.

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

2. Bila diikuti oleh huruf *Syamsiyyah* maka ditulis dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut.

ال سَمَاء	Ditulis	<i>As-Sama'</i>
ال شَمْس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## I. Penyusunan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furud</i>
أهل ال سنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*, segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa memberikan berkah dan hidayah-Nya sehingga kita masih bisa menjalani hidup. Salam dan salawat selalu tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawakan kita pedoman hidup penuh kedamaian.

*Alhamdulillah* atas berkat rahmat Allah SWT dan bantuan dari berbagai pihak, akhirnya penulis mampu untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH *M-BANKING SERVICE QUALITY* TERHADAP *M-BANKING LOYALTY* DIMEDIASI *M-BANKING SATISFACTION* (STUDI PADA NASABAH BANK SYARIAH GENERASI Z)”. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut andil membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Terkhusus kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Afdawaiza, S.Ag., M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ruspita Rani Pertiwi, S.Psi, M.M selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Syayyidah Maftuhatul Jannah, SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang membimbing saya dari awal perkuliahan hingga akhir semester.
5. Alex Fahrur Riza, SE., M.Sc. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang membimbing saya dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis terlebih dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah membantu proses penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

8. Ayah dan Ibu saya yang selalu memberi dukungan, waktu, tenaga, biaya, dan doa kepada anaknya agar dimudahkan dalam menuntut ilmu dan mendapatkan ilmu yang bermanfaat agar kedepannya mampu mencapai kesuksesan.
9. Sahabat dan teman-teman saya yang senantiasa memberi dukungan moral, motivasi, tenaga, pemikiran, dan waktu untuk membantu penulis menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.

Semoga segala bentuk bantuan dan kebaikan yang telah diberikan semua pihak yang membantu penulis menyusun tugas akhir skripsi ini dibalas berkali-kali lipat oleh Allah SWT.

Yogyakarta, 24 Mei 2023

Penulis



**ABID ADLY NOOR FAUZY**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
ABSTRAK .....	xx
<i>ABSTRACT</i> .....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA .....	11
A. Mobile Banking Bank Syariah .....	11
B. Generasi Z .....	13
C. M-Banking <i>Service Quality</i> .....	15
D. M-Banking <i>Satisfaction</i> .....	20
E. M-Banking <i>Loyalty</i> .....	21
F. Perspektif Islam.....	23
G. Telaah Pustaka .....	32
H. Pengembangan Hipotesis .....	36

I. Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III    METODE PENELITIAN .....	41
A.    Jenis Penelitian .....	41
B.    Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	41
C.    Populasi dan Sampel .....	42
D.    Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	44
E.    Skala Pengukuran Penelitian .....	49
F.    Teknik Analisis Data .....	49
BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN.....	56
A.    Demografi Responden .....	56
B.    Statistik Deskriptif.....	61
C.    Hasil Analisis Data .....	64
D.    Pembahasan Hipotesis .....	74
BAB V    PENUTUP .....	86
A.    Kesimpulan.....	86
B.    Implikasi .....	87
C.    Keterbatasan Penelitian dan Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Produk Perbankan dan Keuangan.....	4
Tabel 2.1 Karakteristik Perilaku Generasi Z .....	14
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Independen.....	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Dependen .....	46
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel Intervening.....	47
Tabel 3.4 Skala Pengukuran .....	49
Tabel 4.1 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Demografi Responden Berdasarkan Usia .....	57
Tabel 4.3 Demografi Responden Berdasarkan Provinsi Domisili .....	58
Tabel 4.4 Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	59
Tabel 4.5 Demografi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	59
Tabel 4.6 Demografi Responden Berdasarkan Mobile Banking Syariah yang Digunakan .....	60
Tabel 4.7 Demografi Responden Berdasarkan Lama menggunakan Mobile Banking Syariah.....	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Konvergensi .....	67
Tabel 4.10 Hasil Uji Cross Loading.....	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	70
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>R Square</i> .....	71
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Predictive Relevance</i> .....	72
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Jalur .....	72
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis .....	74
Tabel 4.16 Deskripsi Jawaban Responden untuk Variabel MBSQ, MBS dan MBL .....	83

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Transaksi M-Banking/Internet Banking.....	2
Gambar 1.2 Piramida Penduduk Indonesia 2020 .....	3
Gambar 2.1 Model EBSQ .....	17
Gambar 2.2 Model MBSQ .....	18
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	40



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Demografi Karakteristik Responden .....	99
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Penelitian .....	102
Lampiran 4 Hasil Uji Statistik dengan SmartPLS Versi 3 .....	109
Lampiran 5 Curriculum Vitae .....	112



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan *Mobile Banking Service Quality* (MBSQ), *Mobile Banking Satisfaction* (MBS) dan *Mobile Banking Loyalty* (MBL). Objek penelitian ini adalah Generasi Z. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan instrument penelitian (kuesioner) dengan metode pengukuran data menggunakan skala likert 4 interval. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM). Hasil dari penelitian ini adalah MBSQ berpengaruh positif signifikan terhadap MBL, MBS berpengaruh positif signifikan terhadap MBL, dan MBSQ dimediasi oleh MBS berpengaruh positif signifikan terhadap MBL. Implikasi dari hasil penelitian ini adalah perhatian lebih dari bank syariah terhadap peningkatan kualitas layanan *mobile banking*-nya untuk meningkatkan kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna.

**Kata kunci:** *Mobile Banking Service Quality* (MBSQ), *Mobile Banking Satisfaction* (MBS) dan *Mobile Banking Loyalty* (MBL)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the relationship between Mobile Banking Service Quality (MBSQ), Mobile Banking Satisfaction (MBS) dan Mobile Banking Loyalty (MBL). Generation Z used to be the study object. The research data collected using questionnaire as the research instrument with likert scale 4 intervals as the measurement method. The research data analyze method using Partal Least Square-Structural Equation Model (PLS-SEM). The result of the study is MBSQ has a significant positive effect on MBL, MBS has a significant positive effect on MBL, and MBSQ is mediated by MBS which has a significant positive effect on MBL. This study implication is to make the Islamic Bank pay more attention for their mobile banking service quality to increase the mobile banking user satisfaction and loyalty.*

**Keyword:** *Mobile Banking Service Quality (MBSQ), Mobile Banking Satisfaction (MBS) dan Mobile Banking Loyalty (MBL)*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

*Mobile banking* atau juga biasa disebut dengan istilah *m-banking* merupakan suatu produk jasa yang diberikan oleh bank dengan memanfaatkan teknologi portabel (Tam & Oliveira, 2017). *M-banking* merupakan bagian dari perkembangan teknologi finansial di era modern untuk semakin memudahkan transaksi di manapun dan kapanpun. Hadirnya *m-banking* juga mampu meningkatkan keuangan yang lebih inklusif di negara yang besar seperti Indonesia.

Di Indonesia sendiri, *m-banking* terus mengalami peningkatan yang cukup pesat. Terbukti bahwa mayoritas bank di Indonesia telah menyediakan jasa pelayanan ini seperti BSI Mobile, BNI Mobile, BRImo, dan Livin' by Mandiri. Bahkan hingga munculnya fenomena bank digital seperti Bank Jago, Bank Neo, dan Blu.

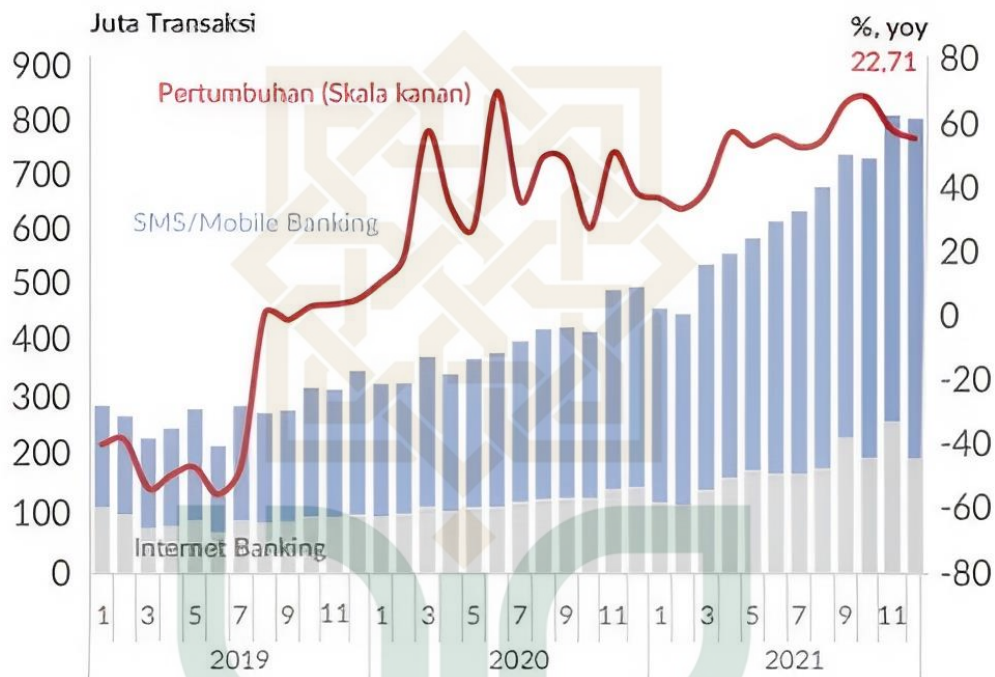
Pertumbuhan *m-banking* yang disampaikan oleh OJK, sejak tahun 2016 hingga tahun 2021 mengalami kenaikan transaksi yang signifikan. Eskalasinya mencapai 300% atau senilai Rp4.684 Triliun. Terjadinya pandemi COVID-19 turut memicu peningkatan tersebut.<sup>1</sup> Hal itu menunjukkan bahwa hadirnya *m-banking* di tengah-tengah masyarakat memiliki penerimaan yang baik.

Di sisi lain, berdasarkan dari Laporan Perekonomian Indonesia (2021) dari Bank Indonesia, sejak 2019 – 2021 transaksi melalui SMS/*Mobile Banking*

---

<sup>1</sup> Anggie Ariesta, *Transaksi Mobile dan Internet Banking Melonjak 300 Persen di 2021*, <https://www.idxchannel.com/banking/transaksi-mobile-dan-internet-banking-melonjak-300-persen-di-2021> (diakses pada 25 Maret 2022)

bertumbuh sebesar 22,71% *yoy*. Peningkatan transaksi tersebut cukup pesat. Terlebih dengan adanya *m-banking* ini memudahkan masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi hanya melalui ponsel pintar. Sehingga *m-banking* memiliki potensi yang besar untuk terus bertumbuh seiring dengan pesatnya era modernisasi.

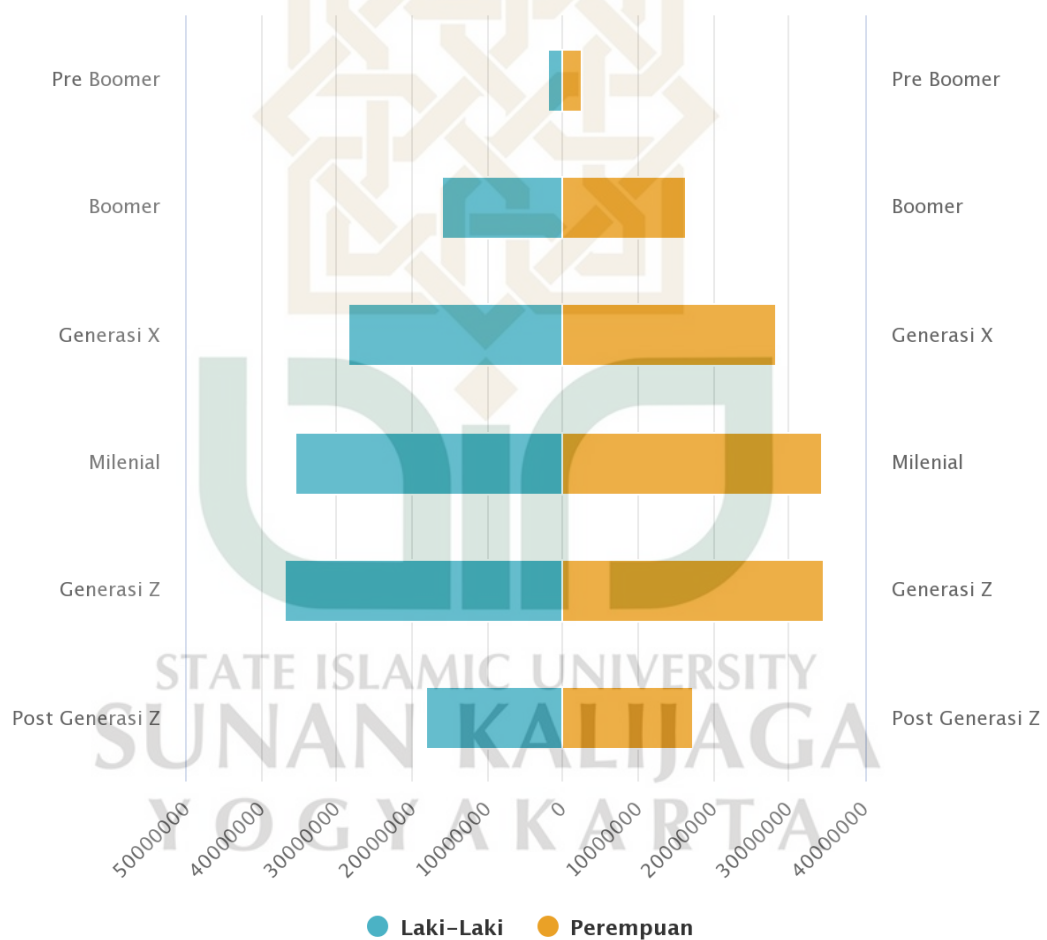


**Gambar 1.1** Pertumbuhan Transaksi M-Banking/Internet Banking

Sumber: Laporan Perekonomian Indonesia 2021

Generasi Z atau gen Z, berdasarkan teori generasi yang dikemukakan oleh Codrington & Grant-Marshall (2004) merupakan generasi yang lahir mulai tahun 1996 – 2010. Orang-orang yang lahir pada angkatan ini disebut juga dengan generasi internet. Gen Z juga dinilai memiliki lebih banyak pemahaman tentang teknologi dan dunia digital sebab mereka lahir pada masa ketika teknologi semakin maju serta melalui perkembangan dunia digital yang masif dan pesat.

Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2020 mengungkapkan penduduk gen Z di Indonesia mencapai 71,6 juta atau sekitar 26% dari total warga Indonesia.<sup>2</sup> Dibandingkan dengan generasi lainnya, gen Z saat ini mendominasi penduduk Indonesia. Di mana gen Z yang cenderung lebih melek teknologi juga cenderung lebih banyak memanfaatkannya dalam kehidupan sehari-hari. Yang berarti gen Z merupakan pangsa pasar terbesar untuk pelayanan *m-banking*.



**Gambar 1.2 Piramida Penduduk Indonesia 2020**

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

<sup>2</sup> BPS, *Piramida Penduduk Indonesia 2020*, <https://sensus.bps.go.id/main/index/sp2020> (diakses pada 25 Maret 2022)

Meskipun pertumbuhan dan potensi yang dimiliki *m-banking* sangat besar terutama terhadap kalangan gen Z, hasil dari survei yang dilakukan oleh Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi.id (2021) tentang perilaku keuangan generasi Y dan Z menunjukkan data yang berbeda.<sup>3</sup> Dari 32,7% responden pengguna *m-banking*, gen Z hanya mencapai 20,7% *users*. Persentase tersebut lebih kecil dibandingkan dengan generasi millennial yang mencapai 38,7%. Diketahui dari riset tersebut bahwa 68% gen Z menggunakan dompet digital. Hal itu berarti menurut penelitian tersebut gen Z lebih cenderung menggunakan dompet digital. Hal itu dimungkinkan karena lebih banyak kemudahan yang didapat seperti proses pendaftaran yang sederhana, pengisian saldo yang mudah dan fleksibel, hingga maraknya promosi yang diberikan oleh dompet digital.

Tabel 1.1 Pengguna Produk Perbankan dan Keuangan

Total	Generasi Y	Generasi Z
<b>Jumlah Responden</b>	<b>5.204</b>	<b>1.692</b>
Dompet Digital	67,8%	68,0%
ATM Bank	51,1%	35,4%
Rekening Bank Konvensional	38,1%	19,6%
<i>Mobile Banking</i>	32,7%	20,7%
Rekening Bank Digital	24,3%	18,5%
<i>Internet Banking</i>	15,6%	7,8%
<i>Paylater</i>	13,8%	9,7%
<i>E-money</i>	13,6%	7,3%
Kartu Kredit	7,6%	2,9%
SMS Banking	7,4%	2,9%
Lainnya	0,7%	0,9%
Tidak satupun di atas	5,6%	9,4%

Sumber: Survei KIC & Zigi.id

<sup>3</sup> Kata Data, Perilaku Keuangan Generasi Z & Y, <https://cdn1.katadata.co.id/media/microsites/zigi/perilakukeuangan/file/KIC-%20ZIGI%20Survei%20Perilaku%20Keuangan%20130122.pdf> (diakses pada 26 Maret 2022)

Perusahaan akan mendapat manfaat dari pelanggan yang setia/loyal secara tidak langsung akan merekomendasikan produk atau pelayanan yang telah digunakan kepada keluarga atau teman-teman (Monalisa & Suryani, 2013). Pelanggan yang loyal juga akan terus menggunakan produk atau pelayanan dari perusahaan tersebut dan jarang beralih ke produk atau pelayanan dari pesaing (Wijayanto, 2015).

Perusahaan dapat menaikkan tingkat kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan (Kotler & Armstrong, 2018). Frias & Castaneda (2012) juga menyampaikan bahwa kualitas pelayanan yang baik akan dapat memberikan sebuah kepuasan kepada pelanggan dan mendorong adanya rasa loyalitas. Pelanggan yang puas dengan pelayanan dari perusahaan akan mempengaruhi komitmennya terhadap produk atau jasa dari perusahaan (Santika & Pramunada, 2018). Untuk itu dalam menciptakan loyalitas nasabah, bank harus memberikan kualitas pelayanan terbaik dari produk yang ditawarkan (Suariedewi & Suprapti, 2020). Atau dalam hal ini adalah *m-banking*.

Dengan adanya teknologi finansial dan era digitalisasi, bank menawarkan inovasi pelayanan berupa *m-banking*. Meningkatnya digitalisasi membuat bank menghadapi banyak persaingan yang lebih ketat dalam menarik serta mempertahankan nasabah dengan pelayanannya (Shankar dan Jebarajakirthy, 2019). Memberikan kualitas pelayanan terbaik menjadi suatu strategi dasar agar mampu untuk bersaing (Makanyeza dan Chikazhe, 2017).

Menurut pendapat dari Melaning & Giantari (2019), loyalitas datang dari seberapa baik kinerja perusahaan dalam menghasilkan kepuasan dan



meminimalkan komplain. Iglesias, dkk (2020) juga berpendapat bahwa meningkatkan loyalitas pelanggan adalah prioritas utama dan menjadi salah satu titik vital dalam mengembangkan serta mempertahankan bisnis. Untuk itu kepuasan memiliki peran yang penting (Panjaitan, 2021).

Kualitas pelayanan dan kepuasan memiliki peran penting dalam menciptakan loyalitas nasabah pada produk dan jasa yang ditawarkan oleh bank syariah. Di mana berdasarkan pada penelitian yang telah dilakukan oleh Sathiyavani dan Shivany (2018) diketahui adanya relasi antara loyalitas dengan kualitas pelayanan yang dimediasi oleh kepuasan. Hal tersebut didukung dengan riset dari Putri (2019) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas. Serta dalam Tumewah, dkk (2020) dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dimediasi oleh kepuasan berpengaruh pada loyalitas.

Beberapa penelitian pada *e-banking* dan *m-banking* yang terdahulu dilakukan menggunakan model teori *ServQual* maupun *E-ServQual*. Teori tersebut merupakan suatu teori umum dan tidak spesifik untuk sektor perbankan terutama pada *online banking*. Shankar dan Jebarajakirthy (2019) menjelaskan bahwa dimensi pada penelitian dengan kedua model tersebut memiliki keterbatasan serta kurang relevan.

Dalam Shankar dan Jebarajakirthy (2019) *E-Banking Service Quality* (EBSQ) didefinisikan sebagai evaluasi dari kualitas pelayanan perbankan yang berbasis internet. Model penelitian ini bertujuan untuk menggali kualitas pelayanan dengan fokus pada pelayanan *e-banking*. Shankar dan Jebarajakirthy (2019) juga menyatakan para peneliti telah mengukur kualitas pelayanan pada konteks *e-*

*banking*. Mereka cenderung mempertimbangkan reliabilitas, privasi dan keamanan, desain website, dan *customer service & support* sebagai dimensi krusial dalam menjelaskan EBSQ. Meningkatkan EBSQ dapat membantu bank mempertahankan nasabah loyal pada pelayanan *e-banking* mereka (Demirci-Orel & Kara, 2015).

Lebih jauh lagi, pada penulisan ini secara spesifik meneliti kualitas pelayanan pada *m-banking*. Di mana *e-banking* menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) memiliki pengertian sebagai suatu pelayanan yang diperuntukkan bagi nasabah guna mendapatkan informasi, melakukan komunikasi, serta menjalankan transaksi melalui media elektronik (POJK no. 3 th. 2017). Sehingga model EBSQ masih tetap relevan untuk diterapkan pada penelitian kualitas pelayanan *m-banking*.

Di sisi lain, studi menggunakan model EBSQ masih belum banyak digunakan dan terbatas pada regional tertentu saja (Shankar & Jebarajakirthy, 2019; Haq & Awan, 2020). Sehingga riset ini belum banyak juga digunakan di Indonesia. Selain itu, subjek pada penelitian ini berfokus pada gen Z yang menjadi pembeda dari segi demografis usia. Serta secara spesifik mempelajari bagaimana pengaruh kualitas pelayanan pada produk *m-banking* bank syariah. Maka dari itu berdasarkan pemaparan-pemaparan di atas penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh *M-Banking Service Quality* Terhadap *M-Banking Loyalty* Dimediasi *M-Banking Satisfaction* (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Generasi Z)”**

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dijadikan sebagai bahan skripsi yaitu:

1. Apakah *m-banking service quality* berpengaruh positif terhadap *m-banking loyalty*?
2. Apakah *m-banking service quality* berpengaruh positif terhadap *m-banking satisfaction*?
3. Apakah *m-banking satisfaction* berpengaruh positif terhadap *m-banking loyalty*?
4. Apakah *m-banking service quality* dimediasi *m-banking satisfaction* dapat berpengaruh positif terhadap *m-banking loyalty*?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *m-banking service quality* terhadap *m-banking loyalty* nasabah bank syariah generasi Z.
2. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *m-banking service quality* terhadap *m-banking satisfaction* nasabah bank syariah generasi Z.
3. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *m-banking satisfaction* terhadap *m-banking loyalty* nasabah bank syariah generasi Z.
4. Untuk menjelaskan pengaruh variabel *m-banking service quality* dimediasi *m-banking satisfaction* terhadap *m-banking loyalty* nasabah bank syariah generasi Z.

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

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

##### 1. Bagi Civitas Akademika

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan menambah pengetahuan mengenai bagaimana pengaruh kualitas pelayanan *m-banking service quality* dimediasi kepuasan *m-banking* terhadap loyalitas *m-banking* nasabah generasi Z pada bank syariah. Serta sebagai acuan penelitian bagi pihak peneliti lainnya.

##### 2. Bagi Pihak Bank

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan serta menciptakan komunitas nasabah yang loyal. Serta dapat menjadi acuan bagi pihak bank dalam menyusun strategi pemasaran.

##### 3. Bagi Calon Nasabah

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi bagi calon nasabah bank syariah yang berniat untuk menggunakan jasa bank syariah. Serta sebagai pedoman agar calon nasabah percaya bahwa bank syariah yang dituju mampu memberikan pelayanan yang maksimal.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Dalam kajian penelitian ini, sistematika penulisan memuat paparan ringkas mengenai isi dari tiap-tiap bab dalam penelitian. Sistematika ini memberikan gambaran dan logika berpikir dalam penelitian. Berikut adalah struktur sistematikanya:

**Bab pertama**, yaitu pendahuluan, mencakup latar belakang masalah, landasan awal dan acuan dalam penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan untuk memberikan arah penulisan dalam penelitian.

**Bab kedua**, yaitu landasan teori, berisi kerangka teori, telaah pustaka sebagai referensi penelitian yang mengacu pada hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, serta pengembangan hipotesis dan kerangka yang akan diuji.

**Bab ketiga**, yaitu metode penelitian, menjelaskan teknik penelitian yang digunakan, termasuk jenis dan sifat penelitian, sumber daya dan teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, definisi operasional penelitian, serta teknik analisis data yang digunakan.

**Bab keempat**, yaitu analisis data dan pembahasan, berisi hasil penelitian yang menggunakan teori-teori terkait mengenai kualitas pelayanan m-banking dalam konteks kepuasan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah bank syariah generasi Z.

**Bab kelima**, yaitu penutup, berisi kesimpulan dari jawaban rumusan masalah dalam penelitian ini, implikasi, saran, dan masukan, serta mencantumkan kekurangan yang ada dalam penelitian ini sebagai bahan analisis lebih lanjut mengenai loyalitas nasabah bank syariah.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keseluruhan dimensi kualitas pelayanan *m-banking* terhadap loyalitas nasabah bank syariah generasi Z dengan variabel mediasi kepuasan. Sebanyak 206 responden sebagai sampel penelitian ini telah mengisi kuesioner yang disebar di seluruh Indonesia melalui kuesioner *online*. Hal tersebut kemudian diolah menggunakan aplikasi SmartPLS versi 3 dan hasilnya dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Setelah melakukan uji statistik terhadap data penelitian. Dapat diketahui jika *Mobile Banking Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Mobile Banking Loyalty*. Hal ini dikarenakan nilai *sample original* hubungan ini adalah 0,174 (positif). Selain itu, nilai *t-statistics* hubungan ini adalah 10,244 (lebih besar dari 1,972) dan nilai *p values*-nya adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Oleh sebab itu, hipotesis 1 dalam penelitian ini: “*Mobile Banking Service Quality* Berpengaruh Positif Terhadap *Mobile Banking Loyalty*” **diterima**.
2. Setelah melakukan uji statistik terhadap data penelitian. Dapat diketahui jika *Mobile Banking Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *Mobile Banking Satisfaction*. Hal ini dikarenakan nilai *sample original* hubungan ini adalah 0,932 (positif). Selain itu, nilai *t-statistics* hubungan ini adalah 112,535 (lebih besar dari 1,972) dan nilai *p values*-nya adalah 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Oleh sebab itu, hipotesis 2 dalam penelitian ini: “*Mobile Banking Service Quality* Berpengaruh Positif Terhadap *Mobile Banking Satisfaction*” **diterima**.
3. Setelah melakukan uji statistik terhadap data penelitian. Dapat diketahui jika *Mobile Banking Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Mobile Banking Loyalty*. Hal



ini dikarenakan nilai *sampel original* hubungan ini adalah 0,186 (positif). Selain itu, nilai *t-statistics* hubungan ini adalah 2,436 (lebih besar dari 1,972) dan nilai *p values*-nya adalah 0,015 (lebih kecil dari 0,05). Oleh sebab itu, hipotesis 3 dalam penelitian ini: “*Mobile Banking Satisfaction* Berpengaruh Positif Terhadap *Mobile Banking Loyalty*” **diterima**.

4. Setelah melakukan uji statistik terhadap data penelitian. Dapat diketahui jika *Mobile Banking Service Quality* dimediasi oleh *Mobile Banking Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Mobile Banking Loyalty*. Hal ini dikarenakan nilai *sampel original* hubungan ini adalah 0,174 (positif). Selain itu, nilai *t-statistics* hubungan ini adalah 2,434 (lebih besar dari 1,972) dan nilai *p values*-nya adalah 0,015 (lebih kecil dari 0,05). Oleh sebab itu, hipotesis 4 dalam penelitian ini: “*Mobile Banking Service Quality* dimediasi oleh *Mobile Banking Satisfaction* Berpengaruh Positif Terhadap *Mobile Banking Loyalty*” **diterima**.

## **B. Implikasi**

Dari hasil penelitian tersebut, penulis menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan dari variabel MBSQ terhadap MBL. diketahui bahwa kepuasan nasabah bank syariah generasi Z terhadap produk *m-banking* dapat dipengaruhi secara kuat oleh kualitas pelayanannya. Hal tersebut dapat dinilai dari mayoritas responden/sampel dalam penelitian ini cenderung memilih *m-banking* bank syariah karena kemudahan serta bebas biaya admin.

Selain itu, MBSQ juga berpengaruh positif terhadap MBS. Kualitas pelayanan *mobile banking* bagi Generasi Z akan mempengaruhi kepuasan mereka dalam menggunakan *mobile banking*. Pelayanan yang dimaksud adalah bagaimana kemudahan menggunakan *mobile banking* sampai Bagaimana pelayanan CS yang diberikan apabila nasabah mendapatkan kendala dalam menggunakan *mobile banking*.



MBS juga berpengaruh positif terhadap MBL. Generasi Z yang merasa puas dengan pelayanan *mobile banking* bisa menjadi loyal terhadap *mobile banking* tersebut. Maka dari itu, bank syariah perlu untuk memperhatikan kepuasan nasabah dalam menggunakan pelayanan *mobile banking*-nya apabila ingin menumbuhkan loyalitas nasabahnya.

MBSQ yang dimediasi oleh MBS juga akan berpengaruh positif signifikan terhadap MBL. Kualitas pelayanan yang baik dari *mobile banking* dibarengi dengan kepuasan nasabah terhadap *mobile banking* tersebut tentunya akan menciptakan loyalitas nasabah untuk terus menggunakan *mobile banking*.

### C. Keterbatasan Penelitian dan Saran

#### 1. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil dari temuan di atas, penelitian ini masih memiliki beberapa kelemahan dan batasan. Keterbatasan pada penelitian ini yaitu:

- a. Sampel yang diperoleh pada penelitian ini masih tergolong belum tersebar secara merata di Indonesia meskipun peneliti sudah menyebarkan kuesioner secara online melalui berbagai media sosial seperti Whatsapp, Twitter, maupun Instagram.
- b. Pada penelitian ini belum menguji masing-masing dimensi dari variabel kualitas pelayanan *m-banking* terhadap variabel loyalitas serta variabel kepuasan. Di mana masing-masing dari empat dimensi kualitas pelayanan *m-banking* terdiri dari reliabilitas, privasi & keamanan, desain aplikasi, serta *customer service & support*.

#### 2. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan bagi industri perbankan syariah di Indonesia serta bagi peneliti selanjutnya yaitu:

- a. Bagi Bank Syariah di Indonesia

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan *m-banking* dapat mempengaruhi kepuasan nasabah gen Z secara signifikan. Kualitas

pelayanan juga berpengaruh langsung secara positif signifikan terhadap loyalitas. Kepuasan nasabah juga berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan dimediasi oleh kepuasan pelanggan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Maka diharapkan bagi perbankan syariah di Indonesia untuk terus menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk menumbuhkan loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi *m-banking*-nya.

b. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya diharapkan agar dapat mengeksplorasi masing-masing dimensi dari MBSQ serta menambah variabel lain yang juga memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Peneliti selanjutnya juga diharapkan dapat memperoleh sampel yang lebih merata untuk mengetahui hasil yang lebih mendalam. Di era berkembang pesatnya *fintech* ini konsumen memiliki banyak pilihan produk seperti *m-banking*, dompet digital, dan bank digital. Maka akan menarik untuk menggali lebih dalam loyalitas nasabah terhadap *m-banking* bank syariah dibandingkan dengan produk *fintech* lainnya. Peneliti juga menganjurkan untuk melakukan studi kasus terkait dengan kasus error sistem Bank BSI karena hal tersebut terkait kuat dengan kualitas pelayanan serta bagaimana dampaknya bagi nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, N. R. (2010). Muhammad. Dasar–Dasar Pemasaran Bank Syariah.
- Amin, M. (2016). Internet Banking Service Quality and Its Implication on E-Customer Satisfaction and E-Customer Loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280–306.
- Arianto, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal pemasaran kompetitif*, 1(2), 83-101.
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Perekonomian Indonesia 2021.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). Knowledge Sharing Problems from the Viewpoint of Intergeneration Management. In *ICMLG2016 - 4<sup>th</sup> International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016* Hlm. 42. Academic Conferences and publishing limited.
- Blut, M., Frennea, C.M., Mittal, V. and Mothersbaugh, D.L. (2015), “How procedural, financial and relational switching costs affect customer satisfaction, repurchase intentions, and repurchase behavior: a Meta-analysis”, *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 32 No. 2, pp. 226-229.
- Brun, I., Rajaobelina, L. and Ricard, L. (2014), “Online relationship quality: scale development and initial testing”, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 32 No. 1, pp. 5-27
- Buchari, A. (2011). Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa. Bandung: alfabeta.
- Chin, W. W. (1998). Commentary: Issues and opinion on structural equation modeling. *MIS quarterly*, vii-xvi.
- Christiani, L. C., & Ikasari, P. N. (2020). Generasi Z dan pemeliharaan relasi antar generasi dalam perspektif budaya Jawa. *Jurnal komunikasi dan kajian media*, 4(2), 84-105.
- Chyung, S. Y., Roberts, K., Swanson, I., & Hankinson, A. (2017). Evidence-based survey design: The use of a midpoint on the Likert scale. *Performance Improvement*, 56(10), 15-23.
- Codrington, G. T., & Grant-Marshall, S. (2004). *Mind the gap*. Johannesburg, South Africa: Penguin Books.
- Fandi, A. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking PT Bank Syariah Mandiri Surabaya. *Jurnal Ekono Islam*, 2(3), 7.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). Partial least squares konsep, teknik dan aplikasi menggunakan program smartpls 3.0 untuk penelitian empiris. *Semarang: Badan Penerbit UNDIP*.
- Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European business review*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). Multivariate Data Analysis. In *Vectors* (p. 816).
- Haq, I. U., & Awan, T. M. (2020). Impact of e-banking service quality on e-loyalty in pandemic times through interplay of e-satisfaction. *Vilakshan-XIMB Journal of Management*.
- Hussien, M.I. and Aziz, R.A.E. (2017), “System dynamics modeling and simulation for E-Banking: The Egyptian context”, *IBIMA Business Review*, Vol. 2017
- Indonesia, T. P. P. B. (2016). Pedomam Umum Ejaan Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Indriantoro, N. Supomo. 2014. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi & Manajemen. *Yogyakarta: BPFE*.

- Indriyani, W. (2014). Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Planet Swalayan Jalan Garuda Sakti Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru). Doctoral Dissertation. Universitas Islam Negeri Sultan Sarif Kasim Riau.
- Irawan dan Japariato. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Pelanggan Restoran Por Kee Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 2
- Jogiyanto, H. M. (2007). Sistem informasi keperilakuan. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Jogiyanto, H. M., & Abdillah, W. (2009). Konsep dan Aplikasi PLS (*Partial Least Square*) untuk Penelitian Empiris. Yogyakarta. Andi.
- Jogiyanto, H. M., & Abdillah, W. (2014). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta. Andi.
- Jun, M. and Cai, S. (2001), The Key Determinants of Internet Banking Service Quality: A Content Analysis. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 19 No. 7, pp. 276-291.
- Karim, A. A. (2007). *Ekonomi Makro Islami Edisi Kedua*. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Kasmir, D. (2017). *Customer Services Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia (Pertama)*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis minat penggunaan mobile banking dengan pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) yang telah dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24-29.
- Lin, J., Wang, B., Wang, N., & Lu, Y. (2014). Understanding the evolution of consumer trust in mobile commerce: a longitudinal study. *Information Technology and Management*, 15, 37-49.
- Makanyeza, C., & Chikazhe, L. (2017). Mediators of the relationship between service quality and customer loyalty: Evidence from the banking sector in Zimbabwe. *International Journal of Bank Marketing*.
- Martins, C., Oliveira, T., & Popovič, A. (2014). Understanding the Internet banking adoption: A unified theory of acceptance and use of technology and perceived risk application. *International journal of information management*, 34(1), 1-13.
- Melani, D. O. (2021). The Influence of E-service Quality, E-trust and E-satisfaction Toward E-loyalty on Shopee Online Shopping Application Users. *Marketing Management Studies*, 1(3), 253-266.
- Monalisa, S., & Suryani, E. (2013). Pengaruh kualitas layanan internet banking terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank dengan menggunakan sistem dinamik. *Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Noverber*.
- Mukarom, M. S., & Khasanah, I. (2012). *Analisis Pengaruh Nilai Nasabah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Untuk Menciptakan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Nasabah Bank BRI Cabang Pandanaran Semarang)* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Oliver, R. L. (1999) 'Whence consumer loyalty?', *Journal of Marketing*, 63(Special Issue 1999), pp. 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Malhotra, A. (2005), "ES-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality", *Journal of Service Research*, Vol. 7 No. 3, pp. 213-233.
- Putra, Yanuar Surya. (2016). "Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi". *Jurnal Among Makarti*. 9(18), 124-134



- Rahman, Dzulfiqar Fathur. (2022, April). Transaksi Keuangan Digital Tumbuh Pesat pada Triwulan I 2022 [laman web]. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/19/transaksi-keuangan-digital-tumbuh-pesat-pada-triwulan-i-2022>
- Riswandi, B. A. (2005). Aspek Hukum Internet Banking, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- 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. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 278-289.
- Santos, J. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing service quality: An international journal*, 13(3), 233-246.
- Sarwono, J., & Narimawati, U. (2015). *Membuat skripsi* (Doctoral dissertation, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM). Yogyakarta: Penerbit ANDI).
- Sathiyavany, N., & Shivany, S. (2018). E-banking service qualities, e-customer satisfaction, and e-loyalty: a conceptual model. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(6), 4808-4819.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6 Buku 1.
- Shankar, A., & Jebarajakirthy, C. (2019). The influence of e-banking service quality on customer loyalty: A moderated mediation approach. *International Journal of Bank Marketing*.
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1), 157-168.
- Suariedewi, I. G. A. A. M., & Suprpti, N. W. S. (2020). Effect of mobile service quality to e-trust to develop e-satisfaction and e-loyalty mobile banking services. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences*, 7(1), 185-196.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Literature review of mobile banking and individual performance. *International Journal of Bank Marketing*.
- Tjiptono, F. (1996). *Strategi bisnis dan manajemen*. Penerbit Andi.
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank. *Jurnal Manajemen Daya Saing*, 17(1), 38-45.
- Wolfenbarger, M. and Gilly, M.C. (2003), "eTailQ: dimensionalizing, measuring and predicting etail quality", *Journal of Retailing*, Vol. 79 No. 3, pp. 183-198