

**PERAN KEPERCAYAAN DIGITAL SEBAGAI MEDIATOR  
PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, KENYAMANAN,  
DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH MOBILE BANKING  
PADA BANK SYARIAH**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Oleh**  
Tesa Hasan  
2104020089

**Pembimbing:**  
**Dr.Adzan Noor Bakri ,S.E.Sy.,M.A.Ek**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2025**

**PERAN KEPERCAYAAN DIGITAL SEBAGAI MEDIATOR  
PENGARUH KEMUDAHAN AKSES, KENYAMANAN,  
DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH MOBILE BANKING  
PADA BANK SYARIAH**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**Oleh**

Tesa Hasan  
2104020089

**Pembimbing:**

**Dr.Adzan Noor Bakri ,S.E.Sy.,M.A.Ek**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGRI PALOPO  
2025**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini:

Nama : Tesa Hasan  
Nim : 2104020089  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

Menyatakan Dengan Sebenarnya Bahwa:

1. Skripsi Ini Merupakan Hasil Karya Saya Sendiri, Bukan Plagiasi Atau Duplikasi Dari Tulisan/Karya Orang Lain Yang Saya Akui Sebagai Hasil Tulisan Atau Pikiran Saya Sendiri.
2. Seluruh Bagian Dari Skripsi Ini Adalah Karya Saya Sendiri Selain Dari Kutipan Yang Ditunjukkan Sumbernya. Segala Kekeliruan Di Dalamnya Adalah Tanggung Jawab Saya

Bilamana Dikemudian Hari Pernyataan Ini Tidak Benar, Maka Saya Bersedia Menerima Sanksi Administratif Atas Perbuatan Saya Dan Gelar Akademik Saya Peroleh Karenanya Dibatalkan.

Demikian Pernyataan Ini Dibuat Untuk Dipergunakan Sebagaimana Mestinya.

Palopo,

Yang Membuat Pernyataan



**Tesa Hasan**

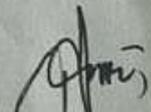
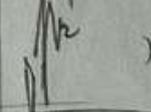
NIM. 2104020089

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Peran Kepercayaan Digital sebagai Mediator Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah *Mobile Banking* pada Bank Syariah yang ditulis Tesa Hasan Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 2104020089, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 31 Juli 2025 Miladiyah bertepatan dengan 6 Safar 1447 Hijriah, telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 8 September 2025

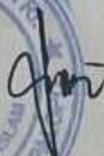
### TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I. Ketua Sidang (  )
2. Ilham, S.Ag., M.A. Sekretaris Sidang (  )
3. Muzayyanah Jabani, ST., M.M. Penguji I (  )
4. Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc. Penguji II (  )
5. Dr. Adzan Noor Bakri, S.E.Sy., MA.Ek. Pembimbing (  )

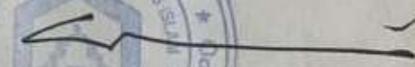
### Mengetahui

a.n Rektor UIN Palopo

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

  
  
Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.  
NIP 198201242009011006

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

  
  
Edi Indra Setiawan, S.E., M.M.  
NIP 198912072019031005

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ،

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى  
آلِهِ وَأَصْحَابِهِ (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Perab Kepercayaan Di Gital Sebagai Mediator Pengaruh Kemudahan Akses Kenyamanan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank Syariah” setelah melalui proses yang cukup panjang.

Shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad saw. Kepada para keluarga, sahabat dan pengikut-pengikutnya. Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana sosial dalam bidang komunikasi dan penyiaran islam pada Universitas Islam Negeri Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada :

1. 1Dr. Abbas Langaji, M.Ag., selaku Rektor UIN Palopo, Dr. Munir Yusuf, M.Pd selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Masruddin, S.S., M.Hum. selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Takdir., M. H.,M. K. M. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama yang telah membina dan berupaya

meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan..

2. Dr. Hj. Anita Marwing, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Palopo, Ilham, S.Ag., M.A. selaku Wakil Dekan Bagian Akademik, Dr. Alia Lestari, M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Bagian Administrasi Umum, Muhammad Ilyas, S.Ag., M.A., selaku Wakil Dekan Bagian Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M selaku Ketua Prodi Perbankan syariah dan Ikhsan Purnama., SE,.ME.Sy. Selaku Sekretaris Prodi perbankan Syariah beserta para dosen, asisten dosen Prodi perbankan Syariah yang ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang perbankan Syariah.
4. Kepala Perpustakaan UIN Palopo, Zainuddin S, S.E., M Ak. beserta staf yang telah menyediakan buku-buku/literatur untuk keperluan studi kepustakaan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Adzan Noor Bakri,. S.E, Sy.,MA.Ek selaku dosen pembimbing dan sekaligus dosen Penasehat Akademik yang telah bersedia dan sabar dalam memberikan bimbingan, arahan, serta masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Muzayyanah Jabani, ST., M,M Selaku Penguji I, dan Nur Ariani Aqidah, S.E., M.Sc selaku penguji II yang telah memberikan masukan dan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. .
7. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai UIN Palopo yang telah mendidik dan membantu penulis selama berada di UIN Palopo.

8. Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Palopo Abu Bakar, S.Pd., M.Pd., beserta para staff yang telah menyediakan buku-buku atau literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini.
9. Kepada para Staf Universitas Islam Negeri Palopo terkhususnya kepada Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu saya dalam pengurusan berkas-berkas dalam penyelesaian studi saya.
10. Saudari perempuan saya yaitu Herawati, Sela, Dea Dan Naila dan saudara laki-laki saya yaitu Husain, Rais, Riadi, Jibrani, Novan, Lubis. Terimakasih karena telah menjadi sosok pelindung, support system bagi penulis. Tanpa adanya sosok kalian dibelakang penulis, penulis mungkin tidak akan sekuat dan setegar ini dalam menghadapi segala tantangan. Terima kasih selalu ada, memberikan semangat, motivasi serta cinta yang begitu tulus. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian dengan keberkahan dan kebahagiaan tanpa batas.
11. Tesa Hasan, YA diri sendiri mungkin aku belum sehebat orang lain tapi aku bangga aku tetap mau berusaha. Mungkin gak banyak yang tau seberapa besar usahaku untuk hidup tapi aku bangga aku masi tetap ada sampai hari ini. Mungkin banyak hal yang ingin membuat aku menyerah tapi aku bangga aku bisa melewatinya. Mungkin hanya aku satu-satunya yang tahu sudah seberjuang apa aku untuk hidup, susah senang bagaimana yang aku jalani, karena itu aku ingin sedikit memberikan apresiasi untuk diriku sendiri. Terimakasih sudah bertahan disini, terimakasih sudah berjuang untuk tetap hidup dan terimakasih sudah berusaha menjadikan aku versi terbaik dariku. Aku bangga untuk setiap langkah kecilku.

12. Kepada sahabat seperjuangan saya Yaitu Hatira, Terima kasih karena selalu ada ketika aku sedang membutuhkan seseorang untuk diajak bicara terima kasih sudah mau mendengarkan cerita-ceritaku.
13. Dan kepada sahabat saya sekaligus kakak saya Muh. Irham di balik semua pertemanan yang aku miliki, aku tetap pulang padanya pada dia yang tau perjalananku, Pada dia yang tau masa sulitku dan pada dia yang tidak pernah menghakimi tempat bercerita dan berkeluh kesah dia yang tetap bersikap ramah meski terkadang aku menyebalkan dia yang selalu menjadi tujuan ketika aku berantakan.
14. Teruntuk Sahabat - sahabatku Sindiluv, Cahayaluv, Egaluv, Icaluv, Yeniluv, Rimaluv dan kepada sahabat sekaligus saudrari saya Ika safriani, Tiara, Putri, Tenri, Iqwan dan teruntuk sahabat kecil saya Terani, Indri, Hartini, Mawar, Ega, Nugra, Sarah, Isma dan Kepada sahabat saya Ayatun, Hijrah Tasmin, Nurul, Novi, Mila, Putri, Terima Kasih atas setiap dukungan, kebersamaan, dan kehangatan yang selalu kau berikan. Dalam suka maupun duka, kau selalu ada, menjadi pendengar setia, penguat disaat sulit, Dan pengingat dikalah lupa. perjalanan ini terasa lebih ringan karena kehadiran kalian semua. Terima kasih atas tawa, semangat, dan kepercayaan yang tak tergantikan. Semoga kebersamaan ini tetap terjaga dan semoga kebaikan yang kamu berikan kembali padamu dalam berlipat ganda.
15. Semua pihak yang tidak bisa disebut namanya satu persatu yang telah berjasa membantu baik secara moril maupun materi dalam menyelesaikan skripsi ini

Palopo, 27 Mei 2025

**Tesa Hasan**  
NIM. 2104020089



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

#### 1. *Konsonan*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tsa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ḏa	ḏ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>ḍammah</i>	U	U

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أى	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
أو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauḷa*

## 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أ...   ا... ي	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إ... ي	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أ... و	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مات : *māta*

رامي : *rāmā*

قل : *qīla*

موت : *yamūtu*

#### 4. *Tā marbūtah*

Transliterasi untuk *tā'* marbūtah ada dua, yaitu *tā'* marbūtah yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā'* marbūtah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'* marbūtah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'* marbūtah itu ditransliterasikan dengan ha [h].

الاطفال روضة : *raudah al-atfāl*

الفاضلة المدينة : *al-madīnah al-fādilah*

احكمة : *al-hikmah*

#### 5. *Syaddah (Tasydīd)*

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* ( ّ ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

بنار : *rabbānā*

نجنا : *najjainā*

الحننا : *al-haqq*

نعم : *nu'ima*

عدو : *'aduwwun*

Jika huruf ع ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ : ‘Ali (bukan ‘aliyyatau ‘aly)

عَرَبِيٌّ : ‘Arabi (bukan ‘arabiyyatau ‘araby)

## 6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma’rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan: *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalزالah* (bukan: *az-zalزالah*)

الْفَلْسَفَةُ : *al-falsalah*

الْبِلَادُ : *al-bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau'*

شَيْءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

#### 8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (*dari al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī*

*Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah*

#### 9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِالله *billāh* دِينِ الله *dīnullāh*

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

*رحمة الله فيهم hum fi rahmatillāh*

#### 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*al-*). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang *al-*, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān*

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfi

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al Wahid Muhammad (bukan: Rusyid, Abu al Walid Muhammad Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

## B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



Swt.	= <i>Subhanahu Wa Ta'ala</i>
Saw.	= <i>Sallallahu 'Alaihi Wasallam</i>
As	= <i>'Alaihi Al-Salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat Tahun
QS.../...:4	= QS al-Baqarah2:4 atau QS Al'Imran/3:4
HR	= Hadis Riwayat

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
PRAKATA .....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN .....	ix
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xviii
DAFTAR GAMBAR .....	xix
ABSTRAK .....	xx
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	9
B. Landasan Teori .....	12
C. Kerangka Pikir .....	24
D. Hipotesis Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Jenis Penelitian .....	27
B. Lokasi dan Obyek Penelitian .....	28
C. Definisi Operasional Variabel .....	29
D. Populasi dan Sampel .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	33
F. Instrumen Penelitian .....	35
G. Teknik Analisis Data .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
A. Hasil Penelitian .....	41
B. Pembahasan .....	59

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>77</b>
A. Simpulan .....	77
B. Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>80</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel. 3. 1. Matriks Waktu Penelitian.....	29
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....	30
Tabel 4.1 Daftar variable laten .....	46
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.3 Hasil Evaluasi Reliabilitas .....	47
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	48
Tabel 4.5 Uji R <sup>2</sup> .....	50
Tabel 4.6 Uji Koefisien Jalur (Path Coefficients) .....	52
Tabel 4.7 Uji t-Statistik .....	52
Tabel 4.8 Analisis Indirect Effect (Efek Tidak Langsung) .....	55
Tabel 4.9 Interpretasi Model Mediasi .....	56
Tabel 4.10 Jalur Mediasi Dominan .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1: Kerangka Pikir .....	26
Gambar 3.3 Pernyataan indikator variable .....	45
Gambar 4.1 Visualisasi Lengkap PLS-SEM .....	59



## ABSTRAK

**Tesa Hasan, 2025.** *“Peran Kepercayaan Digital sebagai Mediator Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah.”* Skripsi Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah dengan kepercayaan digital sebagai variabel mediasi. Latar belakang penelitian ini adalah meningkatnya adopsi layanan digital di sektor keuangan syariah, yang belum sepenuhnya diiringi oleh kepuasan nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner terhadap 97 pengguna mobile banking bank syariah di Kota Palopo. Analisis data dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan belum mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara langsung dan signifikan. Namun demikian, ketiga variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepercayaan digital. Selanjutnya, kepercayaan digital terbukti berperan penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah, baik secara langsung maupun sebagai variabel mediasi. Kepercayaan digital memediasi secara penuh pengaruh keamanan terhadap kepuasan, serta memediasi sebagian pengaruh kemudahan akses dan kenyamanan terhadap kepuasan. Temuan ini memperkuat posisi kepercayaan digital sebagai elemen kunci yang menjembatani fitur teknis layanan mobile banking dengan dimensi kepuasan nasabah, yang mencakup aspek emosional dan spiritual dalam konteks perbankan syariah.

Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa penguatan kepercayaan digital harus menjadi prioritas strategis dalam pengembangan layanan mobile banking berbasis syariah, agar pengalaman digital yang ditawarkan tidak hanya unggul secara teknis tetapi juga berdaya guna dalam membangun loyalitas nasabah.

**Kata Kunci:** Kemudahan Akses, Kenyamanan, Keamanan, Kepercayaan Digital.

## **ABSTRACT**

**Tesa Hasan, 2025.** *“The Role of Digital Trust as a Mediator of the Effects of Accessibility, Convenience, and Security on Customer Satisfaction with Mobile Banking at Islamic Banks.” Undergraduate Thesis, Islamic Banking Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic Institute of Palopo. Supervised by Dr. Adzan Noor Bakri, SE.Sy., MA.Ek.*

*This study aims to analyze the influence of accessibility, convenience, and security on customer satisfaction with mobile banking at Islamic banks, with digital trust as a mediating variable. The background of this research is the increasing adoption of digital services in the Islamic financial sector, which has not been fully accompanied by customer satisfaction. This study uses a quantitative approach, collecting data through questionnaires from 97 users of Islamic bank mobile banking in Palopo City. Data analysis was performed using the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS 4 software.*

*Based on the research findings, it was revealed that ease of access, convenience, and security do not have a direct and significant impact on customer satisfaction. However, these three variables significantly influence digital trust. Furthermore, digital trust plays a crucial role in enhancing customer satisfaction, both directly and as a mediating variable. Digital trust fully mediates the effect of security on satisfaction and partially mediates the effects of ease of access and convenience on satisfaction. These findings reinforce the position of digital trust as a key factor that bridges the technical features of mobile banking services with the emotional and spiritual dimensions of customer satisfaction in the context of Islamic banking.*

*The implication of this research is that strengthening digital trust should become a strategic priority in the development of Sharia-based mobile banking services so that the digital experience offered excels not only technically but also in building customer loyalty.*

**Keywords:** *Accessibility, Convenience, Security, Digital Trust, Customer Satisfaction.*

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Kepuasan nasabah bank syariah, khususnya pengguna layanan mobile banking, kini berada di bawah tekanan seiring munculnya berbagai gangguan teknis yang merusak kepercayaan publik. Salah satu kasus yang menjadi sorotan nasional adalah insiden *drop* jaringan yang dialami Bank Syariah Indonesia (BSI) pada Mei 2023. Gangguan tersebut menyebabkan akses nasabah terhadap layanan mobile banking lumpuh selama beberapa hari, termasuk transaksi penting seperti cek saldo, transfer, hingga pembayaran digital.<sup>1</sup> Peristiwa ini tidak hanya menimbulkan keresahan luas, tetapi juga menjadi pukulan terhadap citra bank syariah sebagai penyedia layanan keuangan modern yang andal. Di Kota Palopo sendiri, sejumlah nasabah menyampaikan kekecewaannya melalui media sosial dan forum komunitas, menandakan bahwa dampak psikologis dan loyalitas nasabah ikut terganggu.<sup>2</sup> Kejadian semacam ini memperkuat urgensi untuk membangun kepercayaan digital yang kokoh serta meningkatkan jaminan keamanan dan kontinuitas layanan sebagai fondasi utama kepuasan nasabah mobile banking syariah.

Fenomena kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah di Kota Palopo menunjukkan tren yang sangat positif. Penelitian Munawara (2022)

---

<sup>1</sup> Osly Usman, Prasasti Ajeng Iselmi, and Nadya Fadillah Fidhyallah, 'Factors Affecting Loyalty in Mobile Banking: A Case Study on BSI Mobile Customers', *International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting*, 18.1 (2024), pp. 180–91, doi:10.33094/ijaefa.v18i1.1341.

<sup>2</sup> Usman, Iselmi, and Fidhyallah, 'Factors Affecting Loyalty in Mobile Banking: A Case Study on BSI Mobile Customers'.

terhadap pengguna layanan BSI Mobile di KCP Ratulangi menunjukkan tingkat efektivitas penggunaan aplikasi sebesar **88,09%**, tergolong “sangat efektif” dalam meningkatkan kepuasan nasabah<sup>3</sup>. Selaras dengan itu, studi oleh Ilmi Fadila menemukan bahwa akses digital memiliki kontribusi sebesar **72,9%** terhadap kepuasan nasabah BSI Palopo, dengan uji-t signifikan<sup>4</sup>. . Khusus di Palopo, faktor seperti kemudahan akses, antarmuka aplikasi yang user-friendly, dan jaminan keamanan data berperan besar dalam membentuk pengalaman nasabah yang memuaskan. Ini menunjukkan bahwa mobile banking syariah telah benar-benar menjadi layanan pilihan bagi nasabah Palopo, sejalan dengan peningkatan literasi digital dan kepercayaan masyarakat terhadap perbankan syariah di wilayah tersebut.

Peningkatan penggunaan mobile banking di bank syariah tidak hanya terjadi secara nasional, tetapi juga merata di berbagai wilayah Indonesia. Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa perbankan syariah mengalami pertumbuhan signifikan dalam layanan digital di seluruh provinsi. Misalnya, di wilayah Solo Raya, Bank Syariah Indonesia (BSI) melaporkan bahwa layanan BSI Mobile telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat, mencerminkan adopsi yang luas di daerah tersebut<sup>5</sup>. Selain itu, BSI mencatat total pengguna aplikasi BSI Mobile hingga Maret 2023 tumbuh 37 persen secara tahunan, mencapai 5,18 juta pengguna. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa

---

<sup>3</sup> Munawara, ‘Efektivitas Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Ratulangi Palopo’, 2022, pp. 2–3 <<http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/5740/1/MUNAWARA.pdf>>.

<sup>4</sup> Ilmi Fadila, ‘Pengaruh Akses Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus BSI KCP Ratulangi Kota Palopo) (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo).’, 2024.

<sup>5</sup> Waluyo B. Sukmawati, ‘Analisis Transaksi Mobile Banking Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah BSI Soloraya’, *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 9.204 (2024), pp. 210–20.

layanan mobile banking syariah semakin diterima oleh masyarakat di berbagai daerah. Peningkatan ini didorong oleh literasi keuangan syariah yang semakin baik, dengan tingkat literasi mencapai 28,01 persen pada tahun 2023, meningkat 20,21 persen dari tahun sebelumnya<sup>6</sup>.

Dalam konteks perbankan syariah, faktor-faktor seperti kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan digital memiliki dinamika yang berbeda dibandingkan dengan perbankan konvensional. Selain aspek teknis dan fungsional, nasabah bank syariah mempertimbangkan prinsip-prinsip syariah dalam setiap layanan yang mereka gunakan. Kepercayaan digital, misalnya, tidak hanya dibangun melalui keamanan sistem dan perlindungan data, tetapi juga melalui keyakinan bahwa layanan perbankan yang ditawarkan mematuhi nilai-nilai syariah seperti transparansi, keadilan, dan larangan riba. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji faktor-faktor ini secara khusus dalam konteks bank syariah, mengingat adanya kebutuhan unik nasabah yang tidak hanya menginginkan layanan digital yang cepat dan aman, tetapi juga sesuai dengan prinsip keuangan syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis secara komprehensif pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.

Penelitian mengenai pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan digital terhadap kepuasan nasabah mobile banking telah banyak dilakukan dalam konteks perbankan konvensional. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kenyamanan berperan signifikan

---

<sup>6</sup> Lukluil Mukarromah and Joko Setyono, 'Mobile Banking Adoption: Development Of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology 2 (UTAUT 2) on BSI Customers in Riau Province', *Jurnal Bisnis Strategi*, 33.2 (2024), pp. 158–72, doi:10.14710/jbs.33.2.158-172.

dalam meningkatkan kepuasan nasabah karena memberikan efisiensi waktu dan fleksibilitas dalam bertransaksi<sup>7</sup>. Selain itu, aspek keamanan dan kepercayaan digital juga ditemukan sebagai faktor kunci yang memengaruhi adopsi dan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan digital<sup>8</sup>. Namun, sebagian besar penelitian ini berfokus pada bank konvensional, sementara kajian yang secara spesifik menyoroti bank syariah dan karakteristik nasabahnya masih terbatas<sup>9</sup>.

Lebih lanjut, penelitian yang mengintegrasikan empat faktor utama (kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan digital) secara simultan terhadap kepuasan nasabah mobile banking di bank syariah belum banyak dikaji secara komprehensif<sup>10</sup>. Keterbatasan penelitian sebelumnya juga

---

<sup>7</sup> Renny Mointi and Oktovianus Sauw, 'Promosi Cashback, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Pelayanan E-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia)', *YUME: Journal of Management*, 6.1 (2023), doi:10.37531/yum.v6i1.3547.

<sup>8</sup> Bramanthyo Andrian and others, 'Sentiment Analysis on Customer Satisfaction of Digital Banking in Indonesia', *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13.3 (2022), doi:10.14569/IJACSA.2022.0130356.

<sup>9</sup> Mursyid and others, 'PERFORMANCE ANALYSIS OF SHARIA AND CONVENTIONAL BANKS WITH MAQASHID SHARIA: CASE STUDY OF INDONESIA AND MALAYSIA IN 2016-2020', *Journal of Southwest Jiaotong University*, 57.4 (2022), doi:10.35741/issn.0258-2724.57.4.26; Indra Utama, Farma Andiansyah, and Edi Jamaris, 'Analisis Tingkat Kepatuhan Syariah Pada Bank Central Asia Syariah (BCAS)', *IJMA (Indonesian Journal of Management and Accounting)*, 4.2 (2023), doi:10.21927/ijma.2023.4(2).283-295; Lailah Fujianti and others, 'Syariah Governance and Disclosure Islamic Corporate Social Responsibility: A Comparative Study of Indonesian and Malaysian Islamic Banking', *Journal of Economics and Business*, 6.2 (2023), doi:10.31014/aior.1992.06.02.504; Supardi Supardi and others, 'Analisis Penerapan GCG Dalam Perspektif Syariat Islam Pada Bank Muamalat Indonesia', *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies*, 2.2 (2022), doi:10.56672/alwasathiyah.v2i2.61; Faaza Fakhrunnas and Mohammad Bekti Hendrie Anto, 'Assessing the Islamic Banking Contribution to Financial Stability in Indonesia: A Non-Linear Approach', *Banks and Bank Systems*, 18.1 (2023), doi:10.21511/bbs.18(1).2023.13.

<sup>10</sup> Nur Rizqi Febriandika and others, 'Determinants of Consumer Adoption of Islamic Mobile Banking Services in Indonesia', *Banks and Bank Systems*, 18.4 (2023), doi:10.21511/bbs.18(4).2023.04; Ridha Aulia Rahmi and Putu Wuri Handayani, 'The Influence of Users' Perspective Factors on Mobile Banking Adoption in Indonesia', *Journal of Science and Technology Policy Management*, 2023, doi:10.1108/JSTPM-01-2022-0008; Heri Sudarsono and others, 'Examining the Adoption of Mobile Banking: Empirical Evidence from Indonesian Muslim Students', *Banks and Bank Systems*, 17.2 (2022), doi:10.21511/bbs.17(2).2022.12; Laila Refiana Said, Nelly Puspasari, and Rusniati Rusniati, 'The Effect of Mobile Banking E-Service on Positive Word-of-Mouth Marketing and Customers: A Case Study of South Kalimantan Bank in Indonesia', *Economic Annals-XXI*, 198.7-8 (2022), doi:10.21003/EA.V198-01; Yuen Yee Yen

terletak pada kurangnya eksplorasi mengenai bagaimana prinsip syariah, yang menekankan transparansi dan kepatuhan syariah, dapat memengaruhi persepsi keamanan dan kepercayaan nasabah terhadap layanan digital. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah tersebut dengan memberikan pemahaman baru terkait faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah mobile banking di bank syariah, khususnya dalam konteks perkembangan digitalisasi perbankan.

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengisi kesenjangan literatur dengan mengintegrasikan empat variabel utama tersebut dalam konteks bank syariah, yang memiliki karakteristik unik dibandingkan bank konvensional. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memahami kebutuhan nasabah mobile banking di era digital, sekaligus menyoroti pentingnya prinsip syariah dalam membangun keamanan dan kepercayaan digital. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi pengembangan layanan digital yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan nasabah bank syariah.

Judul penelitian ini dipilih karena relevansi dan urgensinya dalam konteks perkembangan layanan perbankan digital, khususnya pada bank syariah, yang menghadapi tantangan dalam meningkatkan kepuasan nasabah melalui layanan mobile banking. Kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan digital dianggap sebagai faktor-faktor kunci yang memengaruhi tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan. Bank syariah memiliki

keunikan tersendiri dibandingkan bank konvensional, terutama dalam hal penerapan prinsip-prinsip syariah seperti transparansi, keadilan, dan kepatuhan syariah, yang menjadi fondasi dalam membangun kepercayaan digital. Dalam era digital yang penuh dengan tantangan keamanan, seperti risiko kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi, kepercayaan digital menjadi elemen krusial yang dapat memperkuat loyalitas nasabah terhadap bank syariah. Selain itu, adopsi layanan mobile banking sering kali menghadapi kendala berupa kekhawatiran nasabah terhadap keamanan data dan transparansi layanan, sehingga penelitian ini mencoba mengisi celah tersebut dengan menganalisis bagaimana faktor-faktor tersebut memengaruhi kepuasan nasabah. Bank syariah memiliki peluang besar untuk memanfaatkan keunikan prinsip syariah dalam membangun kepercayaan digital yang kuat dan memberikan pengalaman pengguna yang nyaman, aman, dan efisien. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan strategi layanan mobile banking pada bank syariah di era digitalisasi, baik dari aspek akademis maupun praktis.

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam era digital, layanan mobile banking bank syariah semakin berkembang, dengan kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan digital sebagai faktor utama yang memengaruhi kepuasan nasabah. Kepercayaan digital berperan penting dalam memperkuat hubungan antara bank dan nasabah, khususnya dalam memastikan layanan yang efisien dan sesuai prinsip syariah. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini mengajukan beberapa pertanyaan utama

terkait pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepercayaan digital dan kepuasan nasabah, yang dirangkum sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah nasabah *mobile banking* pada bank syariah?
2. Apakah kenyamanan memengaruhi kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah?
3. Apakah keamanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah?
4. Apakah kepercayaan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah?
5. Apakah kepercayaan digital memediasi pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah?
6. Apakah kepercayaan digital memediasi pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah?
7. Apakah kepercayaan digital memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah?

### **C. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan terhadap kepercayaan digital serta kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah, dengan kepercayaan digital sebagai variabel mediasi. Adapun tujuan penelitian ini dirangkum sebagai berikut:

1. Menganalisis apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah.

2. Menganalisis apakah kenyamanan memengaruhi kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
3. Menganalisis apakah keamanan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
4. Menganalisis apakah kepercayaan digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
5. Menganalisis apakah kepercayaan digital memediasi pengaruh kemudahan akses, keamanan dan kenyamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
6. Menganalisis apakah kepercayaan digital memediasi pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
7. Menganalisis apakah kepercayaan digital memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.

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

##### **a. Manfaat Empiris**

1. Referensi Akademik: Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya dalam mengkaji pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan digital terhadap kepuasan nasabah mobile banking, khususnya dalam konteks perbankan syariah.
2. Pengembangan Teori: Temuan penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur tentang kepuasan nasabah dan layanan digital,

serta memperkuat konsep Digital Trust Theory dalam perbankan syariah.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Bank Syariah: Penelitian ini memberikan wawasan bagi bank syariah dalam menyusun strategi peningkatan layanan mobile banking, mengidentifikasi kelemahan yang perlu diperbaiki, serta meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah.
2. Bagi Nasabah: Hasil penelitian ini dapat membantu nasabah mendapatkan pengalaman layanan yang lebih baik, lebih aman, dan lebih sesuai dengan prinsip syariah, sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap layanan digital.
3. Bagi Industri Perbankan: Penelitian ini dapat mendorong inovasi dalam layanan mobile banking, baik di bank syariah maupun konvensional, serta membantu dalam penetapan standar layanan digital yang lebih baik sesuai dengan kebutuhan pengguna.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.

Dina Nudia Ahsanah, Muhammad Syahbudi, & Ahmad Syakir (2024) dalam penelitian berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kemudahan Mobile Banking Muamalat DIN terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia KCU Medan Baru*" menganalisis bagaimana faktor kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan aplikasi *Muamalat DIN* memengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Indonesia KCU Medan Baru. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 96 responden yang dipilih melalui metode Lemeshow, penelitian ini mengaplikasikan analisis regresi linier berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, kepercayaan, dan kemudahan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, baik secara simultan maupun parsial. Dengan koefisien determinasi sebesar 52,9%, penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor-faktor tersebut memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman pengguna mobile banking berbasis syariah, sementara 47,1% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh faktor lain yang belum diteliti.<sup>11</sup>

Siti Bahtiar & Miswan Ansori dalam penelitian berjudul "*Analisis Layanan Digital dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah*

---

<sup>11</sup> Dina Nudia Ahsanah, Muhammad Syahbudi, and Ahmad Syakir, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Mobile Banking Muamalat Din Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KCU Medan Baru', *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1.5 (2024), pp. 01–17, doi:10.61132/jiesa.v1i5.404.

*di Kabupaten Jepara*" meneliti dampak layanan digital terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan syariah di Kabupaten Jepara. Dengan semakin meningkatnya adopsi layanan digital dalam industri perbankan, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana layanan digital dapat memengaruhi kepuasan nasabah dan pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka. Menggunakan metode kuantitatif dengan sampel 86 nasabah bank syariah di Jepara, data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah secara signifikan meningkatkan loyalitas mereka terhadap bank syariah. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan digital menjadi strategi penting bagi bank syariah untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah di era digital.<sup>12</sup>

Suryani, Swastika, & Koranti, Komsu. "Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Keamanan serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Sikap Pengguna E-Commerce." Penelitian ini bertujuan untuk mengklarifikasi pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan, dan keamanan terhadap kepuasan pelanggan melalui sikap pengguna pada platform e-commerce Bukalapak. Dengan menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) dan skala Likert, penelitian ini melibatkan 200 responden yang pernah berbelanja di Bukalapak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan dan sikap pengguna memiliki pengaruh langsung dan positif terhadap kepuasan pelanggan, serta kepercayaan

---

<sup>12</sup> Siti Bahtiar and others, 'ANALISIS LAYANAN DIGITAL DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PERBANKAN SYARIAH DI KABUPATEN JEPARA', *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman Vol.*, 10.2 (2024), pp. 1–14.

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara langsung maupun melalui sikap pengguna. Namun, kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, begitu pula keamanan terhadap sikap pengguna. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan adalah faktor paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan e-commerce.<sup>13</sup>

Rini Cahyani & Abdul Salam "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, dan Fitur Produk Mobile Banking Bank NTB Syariah terhadap Kepuasan Nasabah di Kabupaten Sumbawa" Artikel ini meneliti pengaruh kualitas layanan, kemudahan transaksi, dan fitur produk mobile banking terhadap kepuasan nasabah Bank NTB Syariah di Kabupaten Sumbawa. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, melibatkan 100 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kemudahan transaksi dan fitur produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nasabah lebih puas dengan kemudahan transaksi dan fitur seperti QRIS dan biometric fingerprint yang ditawarkan oleh bank, dibandingkan dengan aspek layanan yang masih perlu ditingkatkan.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Swastika Suryani And Komsu Koranti, 'Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27.2 (2022), 183–98 <<https://doi.org/10.35760/Eb.2022.V27i2.5189>>.

<sup>14</sup> Eki And Hamka; *Jurnal Ekonomi And Manajemen Akuntansi*, 'Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Transaksi, Dan Fitur Produk Mobile Banking Bank Ntb Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah Di Kabupaten Sumbawa Rini', 1192 (2024), 304–17.

Penelitian sebelumnya belum mempertimbangkan peran kepercayaan digital sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah. Sebagian besar studi hanya meneliti hubungan langsung antara kualitas layanan dan kepuasan, tanpa menggali bagaimana kepercayaan digital dapat memperkuat hubungan ini. Selain itu, penelitian yang berfokus pada mobile banking bank syariah masih terbatas dan belum mengkaji bagaimana faktor-faktor digital trust, seperti transparansi, keamanan, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, memengaruhi pengalaman pengguna.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan memasukkan kepercayaan digital sebagai variabel mediasi yang dapat menjelaskan bagaimana nasabah membangun keyakinan terhadap layanan mobile banking syariah, serta bagaimana aspek kemudahan, kenyamanan, dan keamanan dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menguji faktor kepuasan secara langsung tetapi juga menggali mekanisme bagaimana kepercayaan digital dapat menjadi faktor kunci dalam meningkatkan loyalitas dan adopsi layanan digital perbankan syariah.

## **B. Deskripsi Teori**

### *1. Digital Trust Theory*

*Digital Trust Theory* pertama kali dikembangkan dalam studi tentang interaksi manusia dengan teknologi digital, khususnya dalam konteks keamanan siber dan kepercayaan pengguna terhadap sistem digital. Konsep ini mulai mendapat perhatian luas melalui penelitian yang dilakukan oleh Paul A. Pavlou

(2003) dalam konteks perdagangan elektronik (*e-commerce*), di mana ia menyoroti bahwa kepercayaan digital menjadi faktor kunci dalam adopsi layanan online<sup>15</sup>. Pavlou menjelaskan bahwa kepercayaan pengguna terhadap platform digital bergantung pada persepsi terhadap keamanan, keandalan, serta transparansi sistem yang digunakan. Seiring perkembangan teknologi, teori ini semakin relevan dalam berbagai sektor, termasuk perbankan digital, di mana kepercayaan nasabah terhadap layanan mobile banking menjadi elemen krusial dalam membangun loyalitas dan kepuasan pelanggan. Digital Trust Theory menekankan bahwa kepercayaan terhadap layanan digital terbentuk ketika pengguna merasa yakin bahwa teknologi yang mereka gunakan mudah diakses, nyaman, aman, dan dapat diandalkan. Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan digital juga dipengaruhi oleh kepatuhan terhadap prinsip syariah, sehingga bank syariah harus memastikan bahwa layanan digital mereka tidak hanya efisien tetapi juga transparan dan sesuai dengan nilai-nilai Islam.

*Digital Trust Theory* menekankan pentingnya kepercayaan yang dibangun antara pengguna dan teknologi digital sebagai landasan utama dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan. Teori ini relevan dalam berbagai konteks layanan digital, termasuk mobile banking, yang semakin menjadi pilihan utama dalam aktivitas perbankan di era modern<sup>16</sup>. Pengguna layanan digital seperti mobile

---

<sup>15</sup> Pavlou, P.A. (2003). "Consumer Acceptance of Electronic Commerce: Integrating Trust and Risk with the Technology Acceptance Model." *International Journal of Electronic Commerce*, 7(3), 101-134. <https://dl.acm.org/doi/10.5555/1288216.1288221>

<sup>16</sup> Adel M. Qatawneh and Mohammed Hassan Makhoulouf, 'Influence of Smart Mobile Banking Services on Senior Banks' Clients Intention to Use: Moderating Role of Digital Accounting', *Global Knowledge, Memory and Communication*, 2023, doi:10.1108/GKMC-01-2023-0018.

banking cenderung merasa puas ketika teknologi yang mereka gunakan memberikan kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, serta kepercayaan<sup>17</sup>.

Kemudahan akses menjadi elemen kunci pertama yang dijelaskan oleh teori ini. Teknologi digital yang dirancang untuk mempermudah pengguna dalam mengakses layanan tanpa hambatan menciptakan rasa percaya bahwa teknologi tersebut mendukung kebutuhan mereka sehari-hari. Misalnya, aplikasi mobile banking yang intuitif dan mudah dioperasikan memungkinkan nasabah mengelola transaksi dengan efisien, sehingga meningkatkan pengalaman positif mereka<sup>18</sup>.

Selain itu, kenyamanan menjadi faktor emosional yang turut berkontribusi terhadap tingkat kepuasan. Digital Trust Theory menjelaskan bahwa layanan yang dirasakan nyaman akan memperkuat hubungan emosional antara pengguna dan teknologi, mendorong mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Mobile banking yang menyediakan fitur-fitur praktis, seperti pembayaran tagihan atau pembukaan rekening secara daring, memberikan nilai tambah bagi nasabah, terutama di era serba cepat<sup>19</sup>. Keamanan digital, menurut teori ini, adalah fondasi utama dari kepercayaan pengguna terhadap teknologi. Pengguna cenderung merasa nyaman dan puas hanya jika data pribadi mereka terlindungi dengan baik. Mobile banking yang menawarkan sistem keamanan yang canggih, seperti

---

<sup>17</sup> Poonam Kumar and others, 'A Meta-Analysis of Trust in Mobile Banking: The Moderating Role of Cultural Dimensions', *International Journal of Bank Marketing*, 41.6 (2023), doi:10.1108/IJBM-02-2022-0075.

<sup>18</sup> Qatawneh and Makhlouf, 'Influence of Smart Mobile Banking Services on Senior Banks' Clients Intention to Use: Moderating Role of Digital Accounting'.

<sup>19</sup> Youssef Chetioui, Hind Lebdaoui, and Nisrine Hafid, 'Mobile Banking Usage in the Postpandemic Era: Demystifying the Disparities among Divergent User Segments in a Majority-Muslim Country', *Journal of Islamic Marketing*, 14.12 (2023), doi:10.1108/JIMA-08-2022-0232.

otentikasi ganda atau enkripsi data, dapat meningkatkan rasa aman dan memperkuat kepercayaan pengguna terhadap layanan<sup>20</sup>.

Kepercayaan digital sendiri adalah elemen inti dari teori ini. Pengguna layanan digital ingin merasa yakin bahwa teknologi tersebut transparan, andal, dan bebas dari risiko. Dalam konteks mobile banking pada bank syariah, kepercayaan digital tidak hanya mencakup aspek teknis tetapi juga kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah, yang menjadi nilai tambah bagi nasabah. Kepercayaan ini dibangun melalui komunikasi yang jelas, transparansi dalam layanan, serta pengalaman pengguna yang konsisten. Dengan mengintegrasikan keempat elemen ini – kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan digital – Digital Trust Theory memberikan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami bagaimana kepercayaan dibangun dan bagaimana hal tersebut memengaruhi kepuasan pengguna layanan digital. Dalam konteks penelitian Anda, teori ini membantu menjelaskan bagaimana bank syariah dapat meningkatkan pengalaman nasabah mereka melalui penguatan elemen kepercayaan digital. Dengan demikian, teori ini tidak hanya relevan tetapi juga memberikan wawasan strategis bagi bank syariah dalam merancang layanan yang unggul di era digital.

#### a. Kemudahan Akses

Kemudahan akses merupakan salah satu elemen penting yang membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan digital. Teori ini menjelaskan bahwa

---

<sup>20</sup> Mohammed Amin Almaiah and others, 'Investigating the Effect of Perceived Security, Perceived Trust, and Information Quality on Mobile Payment Usage through Near-Field Communication (NFC) in Saudi Arabia', *Electronics (Switzerland)*, 11.23 (2022), doi:10.3390/electronics11233926.

teknologi digital, seperti aplikasi mobile banking, harus dirancang untuk memberikan akses yang cepat, intuitif, dan bebas hambatan bagi pengguna. Kemudahan akses menciptakan pengalaman positif yang mendorong kepercayaan pengguna terhadap teknologi yang mereka gunakan, sehingga berdampak pada tingkat kepuasan secara keseluruhan. Kemudahan akses melibatkan beberapa aspek, antara lain<sup>21</sup>:

#### 2. Antarmuka Pengguna yang Intuitif:

Aplikasi harus dirancang dengan antarmuka yang mudah dipahami dan digunakan oleh berbagai segmen pengguna, tanpa memerlukan pelatihan khusus. Hal ini mencakup navigasi yang jelas, ikon yang mudah dikenali, dan instruksi yang sederhana.

#### 3. Aksesibilitas Multi-Platform:

Pengguna harus dapat mengakses layanan kapan saja dan di mana saja melalui berbagai perangkat, seperti smartphone, tablet, atau komputer. Hal ini memberikan fleksibilitas yang mendukung kebutuhan pengguna modern.

#### 4. Kecepatan dan Kinerja:

Layanan yang dapat diakses dengan cepat dan memiliki waktu respon yang singkat menciptakan rasa efisiensi dan kenyamanan. Pengguna cenderung merasa percaya jika teknologi mendukung mereka untuk menyelesaikan tugas dengan waktu yang minimal.

---

<sup>21</sup> Chetioui, Lebdaoui, and Hafid, 'Mobile Banking Usage in the Postpandemic Era: Demystifying the Disparities among Divergent User Segments in a Majority-Muslim Country'.

#### 4) Kemudahan Registrasi dan Login:

Proses pendaftaran atau login yang sederhana, misalnya melalui autentikasi biometrik (sidik jari atau pengenalan wajah), dapat meningkatkan aksesibilitas sekaligus memberikan rasa aman kepada pengguna.

#### 5) Dukungan Bahasa dan Kebutuhan Khusus:

Layanan yang menyediakan opsi bahasa lokal atau fitur aksesibilitas untuk pengguna dengan kebutuhan khusus (misalnya, tunanetra) menunjukkan inklusivitas dan meningkatkan kepercayaan.

Menurut Digital Trust Theory, kemudahan akses tidak hanya membuat pengguna merasa nyaman tetapi juga menjadi awal dari terbentuknya kepercayaan digital. Jika pengguna merasa bahwa teknologi dapat diandalkan dan mudah digunakan, mereka akan lebih percaya pada keamanan dan transparansi layanan tersebut. Dalam konteks mobile banking pada bank syariah, kemudahan akses dapat diintegrasikan dengan nilai-nilai syariah, seperti transparansi dalam transaksi dan layanan berbasis kebutuhan nasabah, untuk menciptakan pengalaman yang unggul dan memuaskan<sup>22</sup>. Oleh karena itu, kemudahan akses tidak hanya meningkatkan efisiensi layanan tetapi juga menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan dan kepuasan nasabah, sebagaimana dijelaskan dalam kerangka Digital Trust Theory.

#### b. Kenyamanan

Dalam kerangka Digital Trust Theory, kenyamanan adalah elemen emosional yang berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna

---

<sup>22</sup> Sudarsono and others, 'Examining the Adoption of Mobile Banking: Empirical Evidence from Indonesian Muslim Students'.

terhadap layanan digital. Kenyamanan mencerminkan sejauh mana pengguna merasa layanan tersebut memberikan pengalaman yang bebas dari stres, mudah diadaptasi, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Teori ini menekankan bahwa kenyamanan yang dirasakan oleh pengguna akan memperkuat kepercayaan digital mereka terhadap teknologi, sehingga berkontribusi pada tingkat kepuasan secara keseluruhan. Aspek Kenyamanan Berdasarkan Digital Trust Theory<sup>23</sup>:

1) Pengalaman Pengguna yang Positif:

Teknologi yang memberikan pengalaman pengguna (user experience) yang menyenangkan dan lancar menciptakan rasa nyaman. Hal ini meliputi desain antarmuka yang ramah, respons aplikasi yang cepat, dan fitur yang intuitif. Mobile banking, misalnya, yang memungkinkan pengguna melakukan transaksi tanpa hambatan, akan meningkatkan kenyamanan mereka dalam menggunakan layanan tersebut.

2) Fitur yang Memenuhi Kebutuhan:

Kenyamanan terwujud ketika fitur-fitur yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Misalnya, layanan mobile banking yang menyediakan berbagai opsi pembayaran, laporan transaksi yang mudah diakses, atau notifikasi otomatis tentang aktivitas rekening menciptakan rasa percaya bahwa layanan tersebut mendukung kebutuhan pengguna.

3) Fleksibilitas dan Aksesibilitas:

Pengguna merasa nyaman ketika mereka dapat mengakses layanan kapan saja dan di mana saja, tanpa batasan waktu atau lokasi. Fitur seperti pembayaran

---

<sup>23</sup> James K.C. Chen and others, 'How Digital Payment Applications and Digital Trust Response Industry 5.0', in *ACM International Conference Proceeding Series*, 2022, doi:10.1145/3568834.3568906.

otomatis, transfer instan, atau penjadwalan transaksi menambah fleksibilitas, sehingga meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan mobile banking.

#### 4) Keterlibatan Emosional:

Rasa nyaman juga mencakup dimensi emosional, seperti pengguna merasa bahwa teknologi tersebut mendukung mereka secara efisien tanpa kesulitan teknis atau risiko. Dalam konteks mobile banking, layanan yang stabil tanpa gangguan akan menciptakan rasa percaya dan kenyamanan bagi nasabah.

#### 5) Minimalisasi Risiko:

Salah satu sumber kenyamanan adalah keyakinan bahwa teknologi bebas dari risiko teknis maupun keamanan. Dengan adanya fitur keamanan yang mudah digunakan, seperti autentikasi biometrik atau enkripsi data, pengguna merasa lebih nyaman untuk bertransaksi tanpa kekhawatiran.

Dalam konteks mobile banking pada bank syariah, kenyamanan juga terkait dengan bagaimana layanan memenuhi prinsip syariah, seperti transparansi dalam transaksi dan kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah. Nasabah akan merasa nyaman jika layanan digital tersebut dirancang tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan praktis mereka, tetapi juga nilai spiritual dan etika yang sesuai dengan keyakinan mereka. Menurut Digital Trust Theory, kenyamanan adalah fondasi penting yang membangun kepercayaan digital. Ketika pengguna merasa layanan digital mudah digunakan, fleksibel, dan memenuhi kebutuhan mereka tanpa hambatan, kepercayaan terhadap teknologi dan penyedia layanan akan meningkat. Hal ini pada akhirnya akan memperkuat hubungan emosional antara pengguna dan teknologi, menciptakan pengalaman pengguna yang unggul, serta mendorong

kepuasan yang lebih tinggi<sup>24</sup>. Kenyamanan tidak hanya menjadi indikator kualitas layanan, tetapi juga elemen strategis dalam menciptakan kepercayaan dan loyalitas pengguna terhadap mobile banking. Dalam konteks penelitian Anda, kenyamanan berfungsi sebagai salah satu variabel kunci yang memengaruhi kepuasan nasabah secara keseluruhan.

### c. Keamanan

Dalam Digital Trust Theory, keamanan merupakan elemen kunci yang berperan penting dalam membangun kepercayaan digital pengguna terhadap layanan teknologi, termasuk mobile banking. Teori ini menjelaskan bahwa kepercayaan pengguna akan meningkat jika mereka merasa yakin bahwa layanan digital yang digunakan mampu melindungi data pribadi, menjaga kerahasiaan transaksi, dan memberikan perlindungan dari risiko seperti pencurian identitas atau pelanggaran privasi. Keamanan yang memadai tidak hanya menciptakan rasa aman bagi pengguna, tetapi juga berkontribusi langsung pada kepuasan mereka. Aspek Keamanan Berdasarkan Digital Trust Theory terdiri dari<sup>25</sup>:

#### 1) Perlindungan Data Pribadi:

Pengguna merasa lebih percaya jika layanan digital memiliki sistem perlindungan yang memastikan kerahasiaan data pribadi mereka. Dalam konteks mobile banking, ini meliputi penggunaan enkripsi end-to-end untuk mencegah akses tidak sah terhadap informasi pengguna.

#### 2) Keandalan Sistem Keamanan:

---

<sup>24</sup> Wahyudin Darmalaksana, 'The Need for Social Theology to Strengthen the Social Functions of Islamic Banking in Indonesia', *HTS Teologiese Studies / Theological Studies*, 78.1 (2022), doi:10.4102/hts.v78i1.7342.

<sup>25</sup> Sitalakshmi Venkatraman and Sazia Parvin, 'Developing an IoT Identity Management System Using Blockchain', *Systems*, 10.2 (2022), doi:10.3390/systems10020039.

Keamanan yang tinggi melibatkan fitur-fitur seperti autentikasi multifaktor (MFA), pengenalan biometrik (sidik jari atau wajah), dan tokenisasi transaksi. Fitur ini memberikan lapisan perlindungan tambahan yang meningkatkan keyakinan pengguna terhadap keamanan layanan.

### 3) Deteksi dan Pencegahan Risiko:

Sistem yang mampu mendeteksi aktivitas mencurigakan atau anomali pada akun pengguna secara real-time meningkatkan rasa aman. Mobile banking yang mengirimkan notifikasi langsung saat terjadi transaksi mencurigakan atau upaya login yang gagal menjadi contoh bagaimana teknologi dapat melindungi pengguna.

### 4) Kepatuhan terhadap Regulasi Keamanan Digital:

Pengguna cenderung mempercayai layanan yang mematuhi standar keamanan nasional dan internasional, seperti ISO 27001 atau regulasi perlindungan data (misalnya, GDPR di Eropa atau PDPA di Indonesia). Dalam konteks bank syariah, kepatuhan terhadap prinsip syariah juga menjadi aspek penting dalam membangun kepercayaan.

### 5) Transparansi Sistem Keamanan:

Pengguna merasa lebih aman jika penyedia layanan memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang bagaimana data mereka dilindungi. Transparansi ini mencakup kebijakan privasi, proses enkripsi, dan langkah-langkah mitigasi risiko yang diterapkan. Keamanan memiliki peran yang sangat penting dalam layanan mobile banking di bank syariah. Selain memastikan perlindungan teknis, bank syariah juga harus mempertimbangkan aspek spiritual dalam memberikan

layanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Nasabah tidak hanya mencari keamanan teknis, tetapi juga kepastian bahwa transaksi mereka transparan, bebas dari manipulasi, dan sesuai dengan prinsip syariah. Mobile banking pada bank syariah dapat meningkatkan rasa aman pengguna melalui fitur-fitur seperti:

- a) Sistem notifikasi untuk setiap transaksi.
- b) Opsi untuk membatasi akses akun berdasarkan waktu atau lokasi.
- c) Verifikasi berbasis syariah untuk memastikan transaksi sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Menurut *Digital Trust Theory*, keamanan yang efektif menciptakan rasa percaya, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan pengguna. Jika pengguna merasa layanan digital mereka aman dari ancaman eksternal, mereka akan lebih nyaman dan cenderung menggunakan layanan tersebut secara terus-menerus. Dalam konteks penelitian Anda, keamanan menjadi salah satu faktor kunci yang berkontribusi pada kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah. Dengan menjaga keamanan yang tinggi, bank syariah dapat memperkuat loyalitas nasabah dan meningkatkan daya saing layanan mereka di era digital<sup>26</sup>

#### d. Kepuasan Nasabah

Dalam *Digital Trust Theory*, kepuasan nasabah adalah hasil akhir yang diharapkan dari kepercayaan yang berhasil dibangun antara pengguna dan teknologi digital. Teori ini menjelaskan bahwa pengguna layanan digital, seperti mobile banking, akan merasa puas jika mereka mengalami kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan terhadap teknologi tersebut. Kepuasan

---

<sup>26</sup> Chetioui, Lebdaoui, and Hafid, 'Mobile Banking Usage in the Postpandemic Era: Demystifying the Disparities among Divergent User Segments in a Majority-Muslim Country'.

nasabah tidak hanya mencerminkan pengalaman positif terhadap layanan, tetapi juga menjadi indikator keberhasilan dalam membangun hubungan jangka panjang antara pengguna dan penyedia layanan. Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Digital Trust Theory<sup>27</sup>

#### 1) Hubungan dengan Kepercayaan Digital

Kepercayaan digital adalah fondasi utama yang memengaruhi kepuasan nasabah. Ketika nasabah merasa yakin bahwa layanan mobile banking aman, dapat diandalkan, dan bebas dari risiko, mereka cenderung merasa puas. Dalam konteks bank syariah, kepercayaan digital ini juga melibatkan keyakinan bahwa layanan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

#### 2) Pengalaman Pengguna yang Positif

Kepuasan nasabah terkait erat dengan pengalaman pengguna yang positif. Hal ini melibatkan kemudahan dalam mengakses layanan, fitur yang intuitif, kecepatan layanan, dan kenyamanan dalam menggunakan aplikasi mobile banking. Semakin baik pengalaman pengguna, semakin tinggi tingkat kepuasan mereka.

#### 3) Persepsi Nilai Layanan

Nasabah merasa puas jika mereka menilai layanan mobile banking memberikan manfaat yang sebanding atau lebih besar dari usaha dan biaya yang dikeluarkan. Dalam teori ini, nilai layanan mencakup efisiensi waktu, fleksibilitas, dan keamanan yang dirasakan.

---

<sup>27</sup> Dan J. Kim, Donald L. Ferrin, and H. Raghav Rao, 'Trust and Satisfaction, Two Stepping Stones for Successful e-Commerce Relationships: A Longitudinal Exploration', *Information Systems Research*, 20.2 (2009), doi:10.1287/isre.1080.0188.

#### 4) Pengelolaan Risiko

Kepuasan nasabah meningkat ketika mereka merasa risiko dalam menggunakan layanan, seperti pelanggaran keamanan atau kehilangan data, diminimalkan oleh penyedia layanan. Fitur seperti autentikasi biometrik, enkripsi data, dan notifikasi transaksi membantu menciptakan rasa aman yang berkontribusi pada kepuasan.

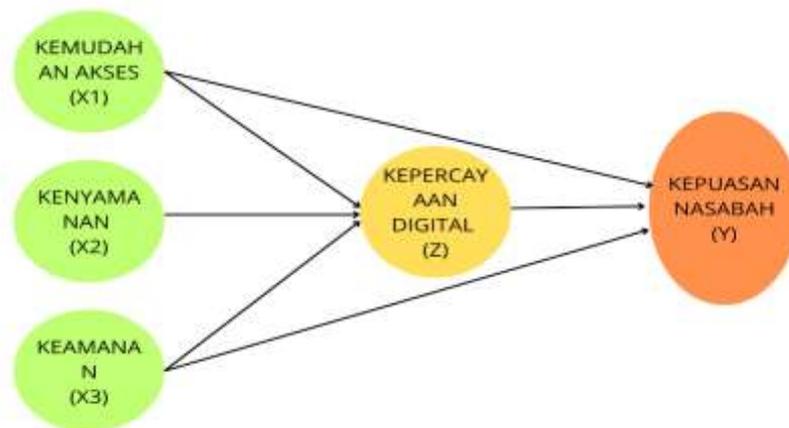
#### 5) Kesesuaian dengan Kebutuhan Nasabah

Kepuasan nasabah tercapai ketika layanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Misalnya, nasabah bank syariah merasa lebih puas jika layanan digital tidak hanya praktis tetapi juga mencerminkan nilai-nilai syariah, seperti transparansi dan keadilan.

### **C. Kerangka Pikir**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah, dengan kepercayaan digital sebagai variabel antara. Keunikan penelitian ini terletak pada pendekatan yang menempatkan kepercayaan digital sebagai mediator dalam hubungan antara faktor-faktor yang membentuk pengalaman nasabah dan kepuasan mereka terhadap layanan mobile banking berbasis syariah. Dalam konteks bank syariah, kepercayaan digital tidak hanya terkait dengan aspek teknis seperti keamanan data dan keandalan sistem, tetapi juga melibatkan prinsip-prinsip syariah seperti transparansi, keadilan, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam. Mengacu pada Digital Trust Theory, kepercayaan digital adalah elemen krusial yang menjembatani hubungan antara layanan digital dan tingkat kepuasan pengguna. Teori ini menjelaskan bahwa kepercayaan terbentuk ketika pengguna merasa bahwa layanan yang mereka gunakan aman, nyaman,

mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Kemudahan akses menjadi faktor penting pertama karena layanan digital yang dapat diakses dengan cepat dan mudah akan menciptakan pengalaman pengguna yang positif, yang pada gilirannya mendorong terbentuknya kepercayaan digital. Selanjutnya, kenyamanan berperan dalam memperkuat hubungan emosional pengguna dengan layanan, di mana fitur-fitur intuitif dan fleksibel yang disediakan oleh mobile banking akan meningkatkan rasa nyaman nasabah, sehingga memperkuat kepercayaan mereka terhadap layanan tersebut. Faktor keamanan juga memiliki peran yang signifikan dalam membangun kepercayaan digital, karena rasa aman dari risiko seperti kebocoran data dan penyalahgunaan informasi menjadi kebutuhan utama nasabah dalam menggunakan layanan keuangan digital. Dalam penelitian ini, kepercayaan digital diasumsikan bertindak sebagai jembatan yang memperkuat dampak dari kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman tentang hubungan kausal antarvariabel, tetapi juga menawarkan kontribusi baru dalam mengintegrasikan konsep kepercayaan digital berbasis prinsip syariah dalam meningkatkan kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah, sehingga menciptakan layanan yang lebih kompetitif dan relevan di era transformasi digital.



**Gambar 2. 1: Kerangka Pikir**

#### D. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, berikut adalah hipotesis penelitian sebagai jawaban sementara:

1.  $H_{01}$ : Kemudahan akses tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.  
 $H_{11}$ : Kemudahan akses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
2.  $H_{02}$ : Kenyamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.  
 $H_{12}$ : Kenyamanan memengaruhi kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
3.  $H_{03}$ : Keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.  
 $H_{13}$ : Keamanan digital memiliki pengaruh signifikan kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
4.  $H_{04}$ : Kepercayaan digital tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.  
 $H_{14}$ : Kepercayaan digital memiliki pengaruh signifikan kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.
5.  $H_{05}$ : Kepercayaan digital tidak memediasi pengaruh kemudahan akses, terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah

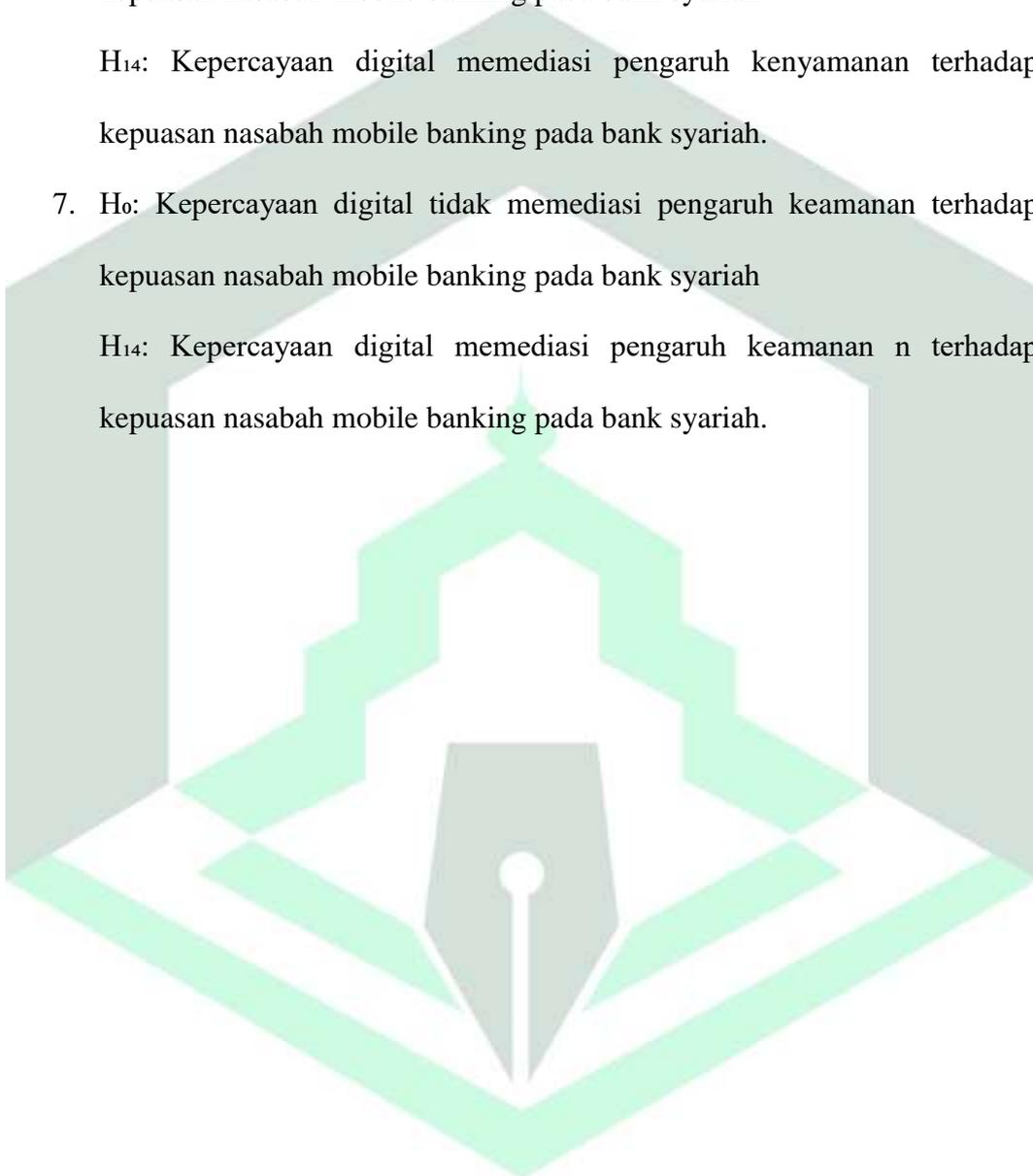
H<sub>14</sub>: Kepercayaan digital memediasi pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.

6. H<sub>0</sub>: Kepercayaan digital tidak memediasi pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah

H<sub>14</sub>: Kepercayaan digital memediasi pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.

7. H<sub>0</sub>: Kepercayaan digital tidak memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah

H<sub>14</sub>: Kepercayaan digital memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan *causal research* yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang diteliti. Pendekatan *causal research* digunakan untuk menguji pengaruh kemudahan akses ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), dan keamanan ( $X_3$ ) terhadap kepercayaan digital ( $Y_1$ ) serta dampaknya terhadap kepuasan nasabah ( $Y_2$ ) dalam layanan *mobile banking* pada bank syariah.

Penelitian ini juga menggunakan desain *explanatory research*, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan antarvariabel berdasarkan teori yang telah dikembangkan, dalam hal ini Digital Trust Theory sebagai landasan utama dalam memahami bagaimana kepercayaan digital terbentuk dalam konteks *mobile banking* pada bank syariah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang merupakan nasabah pengguna layanan *mobile banking* bank syariah. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji hubungan langsung antarvariabel dan analisis mediasi dengan metode *bootstrap* untuk mengukur pengaruh tidak langsung melalui kepercayaan digital sebagai variabel mediator.

Dengan jenis penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh hasil yang menjelaskan secara empiris bagaimana faktor kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan berkontribusi terhadap kepercayaan digital, serta bagaimana kepercayaan digital memengaruhi kepuasan nasabah *mobile banking* pada bank syariah.

## B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Palopo, yang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki pertumbuhan pengguna layanan *mobile banking* bank syariah yang signifikan. Selain itu, Kota Palopo merupakan salah satu daerah dengan perkembangan perbankan syariah yang terus meningkat, sehingga relevan untuk dianalisis dalam konteks penelitian ini.

Adapun waktu penelitian ini direncanakan berlangsung pada Maret – Mei 2025, yang mencakup beberapa tahapan penelitian, seperti penyusunan instrumen, pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan laporan akhir. Rincian tahapan penelitian berdasarkan waktu pelaksanaannya dapat dilihat dalam matriks berikut:

**Tabel. 3. 1. Matriks Waktu Penelitian**

No	Tahapan Penelitian	Maret	April	Mei
1	Penyusunan instrumen penelitian	☑		
2	Uji validitas dan reliabilitas instrument	☑		
3	Pengumpulan data	☑	☑	
4	Pengolahan dan analisis data		☑	☑
5	Penyusunan laporan penelitian		☑	☑
6	Penyempurnaan laporan akhir			☑

☑ = Tahapan yang dilakukan pada bulan tersebut

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini dirancang untuk memberikan deskripsi spesifik mengenai bagaimana setiap variabel diukur, serta indikator yang digunakan untuk mengumpulkan data. Penelitian ini melibatkan tiga jenis variabel: variabel independen (kemudahan akses, kenyamanan, keamanan), variabel antara (kepercayaan digital), dan variabel dependen (kepuasan nasabah). Definisi operasional ini akan memandu dalam menyusun instrumen penelitian dan menginterpretasikan hasil analisis data.

**Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Kemudahan Akses	Persepsi nasabah terhadap kemudahan dalam mengakses layanan mobile banking, termasuk navigasi aplikasi dan kecepatan layanan.	1. Navigasi sederhana <sup>28</sup> 2. Kecepatan akses 3. Ketersediaan layanan multi-platform	Likert 1-5
Kenyamanan	Tingkat kenyamanan yang dirasakan nasabah saat menggunakan layanan mobile banking, mencakup fleksibilitas dan pengalaman positif.	1. Kemudahan penggunaan fitur <sup>29</sup> 2. Fleksibilitas penggunaan 3. Desain antarmuka yang intuitif	Likert 1-5
Keamanan	Persepsi nasabah terhadap kemampuan layanan mobile	1. Sistem autentikasi <sup>30</sup>	Likert 1-5

<sup>28</sup> Diana Sri Putri Anjani and Ida Jalilah Fitria, 'Analysis of Perceived Ease of Use and Perceived of Usefulness to Enhance Customer Interest in Using BCA Mobile Banking', *Journal Of Management Analytical and Solution (JoMAS)*, 3.3 (2023), doi:10.32734/jomas.v3i3.12237.

<sup>29</sup> Ario Barnas Hardi and others, 'User Experience Analysis on Mobile Banking Applications with System Usability Scale and Usability Testing', in *2023 IEEE 9th International Conference on Computing, Engineering and Design, ICCED 2023*, 2023, doi:10.1109/ICCED60214.2023.10424703.

<sup>30</sup> A. Oguntimilehin And Others, 'Mobile Banking Transaction Authentication Using Deep Learning', In *Proceedings Of The 5th International Conference On Information Technology For Education And Development: Changing The Narratives Through Building A Secure Society With Disruptive Technologies*, Ited 2022, 2022 <<https://doi.org/10.1109/Ited56637.2022.10051553>>.

	banking dalam melindungi data dan transaksi mereka dari risiko digital.	2. Perlindungan data pribadi 3. Notifikasi transaksi	
Kepercayaan Digital	Tingkat keyakinan nasabah terhadap keamanan, keandalan, dan transparansi layanan mobile banking bank syariah.	1. Keandalan system <sup>31</sup> 2. Transparansi layanan 3. Kepatuhan terhadap prinsip syariah	Likert 1-5
Kepuasan Nasabah	Tingkat kepuasan nasabah terhadap pengalaman menggunakan layanan mobile banking bank syariah, mencakup kepuasan terhadap fitur, kenyamanan, dan kepercayaan.	1. Kepuasan terhadap fitur layanan <sup>32</sup> 2. Pengalaman positif secara keseluruhan 3. Loyalitas	Likert 1-5

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna layanan *mobile banking* pada bank syariah di Kota Palopo. Populasi ini mencakup individu yang secara aktif menggunakan aplikasi *mobile banking* untuk berbagai kebutuhan transaksi finansial dan non-finansial, seperti transfer dana, pembayaran tagihan, top-up saldo, dan transaksi lainnya yang berbasis layanan perbankan digital syariah.

Pemilihan populasi ini didasarkan pada relevansinya dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis bagaimana kemudahan akses, kenyamanan, keamanan,

<sup>31</sup> Garini Kartika and Segaf Segaf, 'Kombinasi Peran Model TAM Dan CARTER Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah Mobile Syariah Banking Di Masa Pandemi Covid-19', *MANAJERIAL*, 9.02 (2022), doi:10.30587/jurnalmanajerial.v9i02.3969.

<sup>32</sup> Vahrul Rozie, Anna Sardiana, and Puspita Puspita, 'A Short Review of Customer Satisfaction on Mobile Banking Service Quality of Islamic Banks', *Paradigma*, 20.1 (2023), doi:10.33558/paradigma.v20i1.5934.

dan kepercayaan digital memengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan layanan *mobile banking* pada bank syariah di Kota Palopo. Kota ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki perkembangan pengguna layanan digital perbankan syariah yang terus meningkat, serta keberadaan bank-bank syariah yang menyediakan layanan *mobile banking* bagi nasabahnya.

## 2. Sampel

Untuk memperoleh sampel yang representatif, penelitian ini akan menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria:

1. Nasabah yang memiliki rekening di bank syariah yang beroperasi di Kota Palopo.
2. Nasabah yang aktif menggunakan layanan *mobile banking* dalam tiga bulan terakhir.
3. Berusia minimal 18 tahun, sehingga dapat memberikan respons yang valid terhadap pertanyaan penelitian.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik survei berbasis kuisisioner online untuk mengumpulkan data dari responden. Kuisisioner dirancang dengan skala Likert 1-5 untuk mengukur persepsi responden terhadap variabel penelitian, yaitu kemudahan akses, kenyamanan, keamanan, kepercayaan digital, dan kepuasan nasabah. Selain itu, data sekunder dari sumber-sumber resmi, seperti laporan

tahunan bank syariah, publikasi Bank Indonesia, dan literatur ilmiah, digunakan untuk mendukung analisis dan interpretasi data.

Teknik survei berbasis kuisisioner online dipilih karena:

1. Efisiensi Pengumpulan Data: Kuisisioner online memungkinkan pengumpulan data dalam waktu yang relatif singkat dan mencakup area geografis yang luas.
2. Relevansi dengan Subjek Digital: Nasabah mobile banking sebagai populasi penelitian cenderung familiar dengan teknologi digital, sehingga survei online dianggap sesuai.
3. Kuantifikasi Data: Teknik ini memungkinkan pengumpulan data terukur yang relevan untuk analisis statistik kuantitatif. Penggunaan data sekunder dipilih untuk memberikan konteks tambahan dan validasi terhadap temuan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui langkah-langkah berikut:

1. Perancangan Kuisisioner: Kuisisioner disusun berdasarkan definisi operasional setiap variabel penelitian. Setiap variabel diukur melalui indikator spesifik dengan item pertanyaan yang disusun dalam skala Likert 1-5, di mana 1 menunjukkan "sangat tidak setuju" dan 5 menunjukkan "sangat setuju."
2. Distribusi Kuesioner: Kuesioner disebarakan secara online melalui berbagai platform digital, seperti email, aplikasi perpesanan, dan media sosial. Link kuisisioner disertai dengan informasi singkat mengenai tujuan penelitian untuk memastikan partisipasi responden secara sukarela.

3. Pengumpulan Data: Data dikumpulkan dalam periode waktu tertentu yang ditentukan sebelumnya. Sistem survei online mencatat respon secara otomatis, memastikan efisiensi dan akurasi data yang terkumpul.
4. Verifikasi Data: Setelah data terkumpul, dilakukan verifikasi untuk memastikan kelengkapan dan konsistensi jawaban. Respon yang tidak memenuhi kriteria inklusi atau dianggap tidak valid (misalnya, jawaban yang sama untuk semua item) akan dikeluarkan dari analisis.
5. Penggunaan Data Sekunder: Data sekunder diperoleh dari publikasi resmi, seperti laporan tahunan bank syariah, data statistik dari Bank Indonesia, dan jurnal ilmiah. Data ini digunakan untuk memberikan konteks tambahan dan mendukung hasil penelitian.

#### **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kuesioner yang dirancang untuk mengumpulkan data primer dari nasabah pengguna *mobile banking* bank syariah di Kota Palopo. Kuesioner ini terdiri dari serangkaian pertanyaan yang disusun berdasarkan variabel penelitian, yaitu kemudahan akses ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), keamanan ( $X_3$ ), kepercayaan digital ( $Y_1$ ), dan kepuasan nasabah ( $Y_2$ ).

Kuesioner disusun dengan menggunakan skala Likert 5 poin, yang memungkinkan responden menilai sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju terhadap setiap pernyataan, dengan skala sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

### Struktur Kuesioner

#### 1. Bagian 1: Data Demografi

Bagian ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi dasar responden, seperti:

- a. Usia
- b. Jenis kelamin
- c. Pekerjaan
- d. Lama menggunakan *mobile banking*
- e. Bank syariah yang digunakan

#### 2. Bagian 2: Pertanyaan tentang Variabel Penelitian

Bagian ini berisi pernyataan yang mengukur variabel penelitian berdasarkan indikator yang telah ditentukan:

Gambar 3.3 Pernyataan indicator variabel

Variabel	Indikator	Contoh Pernyataan
Kemudahan Akses (X <sub>1</sub> )	Navigasi, Kecepatan Akses, Ketersediaan layanan multi-platform	"Aplikasi <i>mobile banking</i> mudah digunakan dan memiliki tampilan yang sederhana."
Kenyamanan (X <sub>2</sub> )	Kemudahan dalam penggunaan fitur, fleksibilitas, responsivitas	"Saya merasa nyaman menggunakan layanan <i>mobile banking</i> tanpa perlu datang ke bank."
Keamanan (X <sub>3</sub> )	Sistem autentikasi, perlindungan data, notifikasi transaksi	"Saya merasa yakin bahwa data dan transaksi saya aman dalam aplikasi <i>mobile banking</i> bank syariah."
Kepercayaan Digital (M)	Keandalan sistem, transparansi layanan, kepatuhan terhadap prinsip syariah	"Saya percaya bahwa layanan <i>mobile banking</i> bank syariah mematuhi prinsip syariah secara transparan."

Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan terhadap layanan, pengguna, nasabah	terhadap fitur pengalaman loyalitas	"Saya puas dengan keseluruhan pengalaman menggunakan <i>mobile banking</i> bank syariah."
----------------------	----------------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------

## G. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kemudahan akses ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), dan keamanan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y_2$ ), baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepercayaan digital (M) sebagai variabel mediator. Untuk memastikan hasil yang valid, reliabel, dan dapat diinterpretasikan dengan baik, teknik analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk memberikan gambaran umum mengenai karakteristik responden dan distribusi jawaban terhadap variabel penelitian. Analisis ini mencakup:

- a. Rata-rata (mean), standar deviasi, dan frekuensi jawaban untuk setiap indikator variabel.
- b. Gambaran umum mengenai profil responden, seperti jenis kelamin, usia, frekuensi penggunaan mobile banking, dan lama menjadi nasabah bank syariah.

### 2. Evaluasi Outer Model

Evaluasi outer model dilakukan untuk menilai kualitas dan validitas indikator dalam mengukur konstruk laten pada model penelitian. Dalam

pendekatan Structural Equation Modeling berbasis Partial Least Squares (PLS-SEM), evaluasi outer model meliputi tiga aspek utama, yaitu convergent validity, discriminant validity, dan reliability.

*a. Convergent Validity*

Convergent validity menunjukkan sejauh mana indikator yang digunakan benar-benar merepresentasikan konstruk yang diukur. Dua kriteria utama yang digunakan adalah nilai outer loading dan nilai Average Variance Extracted (AVE). Berdasarkan hasil pengujian, seluruh indikator memiliki nilai loading di atas 0,70, yang berarti masing-masing indikator cukup kuat dalam merefleksikan variabel yang diukur.

Selain itu, seluruh variabel memiliki nilai AVE di atas 0,50, yang mengindikasikan bahwa lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh konstruk yang bersangkutan. Dengan demikian, syarat validitas konvergen telah terpenuhi, dan semua indikator dinyatakan valid secara statistik dalam mengukur konstruk masing-masing.

*b. Discriminant Validity*

Discriminant validity bertujuan untuk memastikan bahwa konstruk-konstruk dalam model benar-benar berbeda antara satu dengan yang lain. Pengujian dilakukan dengan menganalisis cross-loading antar indikator. Hasil menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki nilai loading tertinggi pada konstruk yang dimaksud, dibandingkan dengan loading terhadap konstruk lain. Hal ini membuktikan bahwa masing-masing konstruk memiliki tingkat diskriminasi yang baik, serta tidak terjadi tumpang tindih dalam pengukuran antar konstruk.

### c. *Reliability*

Reliabilitas konstruk diukur menggunakan dua pendekatan, yaitu Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (CR). Seluruh variabel menunjukkan nilai Cronbach's Alpha dan CR lebih dari 0,70, yang berarti bahwa indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki konsistensi internal yang tinggi. Dengan demikian, konstruk dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### 3. Evaluasi Inner Model (Model Struktural)

Evaluasi inner model bertujuan untuk menilai kualitas hubungan struktural antar variabel laten dalam model penelitian. Penilaian dilakukan melalui beberapa indikator utama, yakni nilai R-Square ( $R^2$ ), uji signifikansi jalur (path coefficient), dan uji pengaruh mediasi.

#### a. R-Square (Koefisien Determinasi)

Nilai  $R^2$  menunjukkan seberapa besar variabel independen mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Hasil analisis menunjukkan bahwa:

- 1) Variabel Kepercayaan Digital memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0,887, yang berarti 88,7% variasi pada kepercayaan digital dapat dijelaskan oleh kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan digital.
- 2) Variabel Kepuasan Nasabah memiliki nilai  $R^2$  sebesar 0,803, artinya 80,3% variasi kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh

kepercayaan digital, kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan.

Kedua nilai ini termasuk dalam kategori sangat kuat, yang mengindikasikan bahwa model struktural memiliki daya prediksi yang tinggi terhadap variabel-variabel dependen dalam penelitian ini.

*b. Path Coefficient dan Signifikansi Jalur*

Uji hubungan langsung menunjukkan bahwa:

- 1) Kemudahan Akses berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Digital.
- 2) Kenyamanan juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Digital.
- 3) Keamanan Digital berpengaruh signifikan terhadap Kepercayaan Digital.
- 4) Kepercayaan Digital berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
- 5) Namun, pengaruh langsung Kemudahan Akses → Kepuasan, Kenyamanan → Kepuasan, dan Keamanan → Kepuasan cenderung tidak signifikan, menunjukkan peran penting dari variabel mediasi.

*c. Uji Mediasi*

Pengujian mediasi menggunakan pendekatan indirect effect menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital secara signifikan memediasi pengaruh:

- 1) Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah

- 2) Kenyamanan terhadap Kepuasan Nasabah
- 3) Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah

#### 4. Uji Mediasi Menggunakan Model *Sobel Test*

Penelitian ini menggunakan *Sobel Test* sebagai metode uji mediasi untuk mengukur peran kepercayaan digital ( $Y_1$ ) sebagai variabel antara dalam hubungan antara variabel independen (kemudahan akses ( $X_1$ ), kenyamanan ( $X_2$ ), dan keamanan ( $X_3$ )) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah ( $Y_2$ )).

Metode *Sobel Test* dipilih karena lebih sederhana dan sesuai untuk penelitian dengan jumlah sampel di bawah 500 responden. Uji ini mengukur apakah efek tidak langsung dari variabel independen terhadap variabel dependen melalui variabel mediasi signifikan atau tidak, dengan mempertimbangkan standar error (SE) dari efek jalur regresi yang terlibat.

##### Tahapan Uji Mediasi Menggunakan *Sobel Test*

###### a. Menghitung efek langsung (*direct effect*)

Melakukan analisis regresi linier untuk mengukur pengaruh langsung variabel independen (kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah) tanpa memasukkan variabel mediasi (kepercayaan digital) ke dalam model regresi.

###### b. Menghitung efek tidak langsung (*indirect effect*)

Menggunakan dua persamaan regresi:

- 1) Regresi 1: Menguji pengaruh variabel independen ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ) terhadap variabel mediasi ( $Y_1$ ).

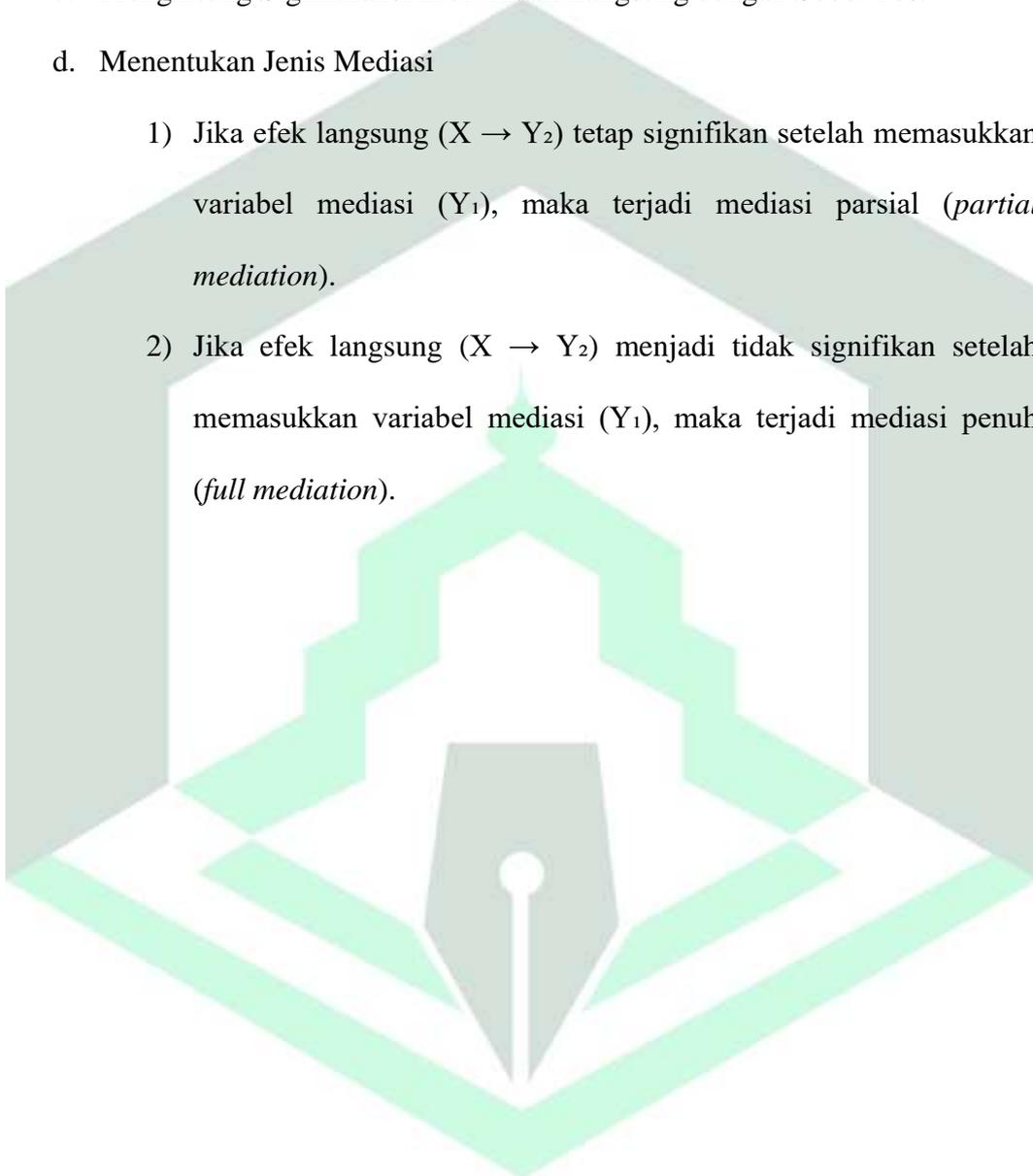
2) Regresi 2: Menguji pengaruh variabel mediasi ( $Y_1$ ) terhadap variabel dependen ( $Y_2$ ) dengan tetap memasukkan variabel independen ( $X_1, X_2, X_3$ ).

c. Menghitung Signifikansi Efek Tidak Langsung dengan Sobel Test

d. Menentukan Jenis Mediasi

1) Jika efek langsung ( $X \rightarrow Y_2$ ) tetap signifikan setelah memasukkan variabel mediasi ( $Y_1$ ), maka terjadi mediasi parsial (*partial mediation*).

2) Jika efek langsung ( $X \rightarrow Y_2$ ) menjadi tidak signifikan setelah memasukkan variabel mediasi ( $Y_1$ ), maka terjadi mediasi penuh (*full mediation*).



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Umum Data Penelitian

Penelitian ini melibatkan sebanyak 97 responden yang telah memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif layanan *mobile banking* pada bank syariah. Karakteristik utama responden dilihat dari kelompok usia dan jenis bank syariah yang digunakan. Mayoritas responden berada pada rentang usia 18–25 tahun sebanyak 77 orang (81%), yang menunjukkan bahwa pengguna *mobile banking* pada bank syariah didominasi oleh kalangan muda. Terdapat pula sejumlah kecil responden dari kelompok usia 18 tahun, 26–35 tahun, dan 36–45 tahun.

**Tabel. 4. 1 Karakteristik Usia Responden**

Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
18–25 tahun	79	81,44%
26–35 tahun	13	13,40%
36–45 tahun	5	5,15%
Total	97	100%

Dari sisi institusi, Bank Syariah Indonesia (BSI) menjadi bank syariah yang paling dominan digunakan oleh responden, yaitu sebanyak 71 orang (73,20%). Selanjutnya, terdapat 12 responden (12,37%) yang menggunakan layanan Bank Muamalat, dan 14 responden (14,43%) lainnya menggunakan bank syariah lain, termasuk seperti bank digital, variasi penyebutan nama bank yang mungkin mencerminkan kurangnya ketepatan dalam pengisian atau rendahnya

literasi digital sebagian responden dalam mengidentifikasi institusi perbankan syariah. Temuan ini memperkuat bukti bahwa BSI telah memiliki penetrasi digital yang luas, namun sekaligus menunjukkan pentingnya edukasi yang lebih merata mengenai identitas bank syariah dan layanan digital yang ditawarkan.

**Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan**

<b>Institusi Bank Syariah</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
Bank Syariah Indonesia (BSI)	71	73,20%
Bank Muamalat	12	12,37%
Bank syariah lainnya*	14	14,43%
Total	97	100%

Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, seluruh responden dalam penelitian ini merupakan pengguna aktif layanan *mobile banking* pada bank syariah. Tingkat intensitas penggunaan layanan digital ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan aplikasi *mobile banking* secara rutin, baik untuk kebutuhan transaksi harian, pembayaran, maupun pengecekan saldo dan informasi keuangan lainnya.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka menggunakan layanan *mobile banking* beberapa kali dalam seminggu hingga setiap hari, yang menunjukkan bahwa *mobile banking* telah menjadi bagian penting dari aktivitas keuangan mereka. Faktor-faktor seperti kemudahan dalam akses, efisiensi waktu, serta fleksibilitas dalam bertransaksi menjadi alasan utama tingginya frekuensi penggunaan ini.

Adapun fitur yang paling sering digunakan mencakup:

- a. Transfer antar rekening dan antar bank
- b. Pembayaran tagihan dan pembelian pulsa
- c. Pengecekan saldo dan mutasi rekening
- d. Aktivasi layanan berbasis syariah seperti zakat, infaq, dan sedekah

Gambaran ini menguatkan urgensi penelitian dalam mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah, khususnya melalui peran kepercayaan digital yang terbentuk dari pengalaman dalam menggunakan layanan mobile banking secara intensif. Dengan demikian, preferensi responden terhadap penggunaan layanan digital syariah mencerminkan dinamika baru dalam dunia perbankan yang perlu direspons oleh industri dengan peningkatan layanan yang aman, nyaman, dan sesuai prinsip syariah.

## **B. Uji Kelayakan Instrumen**

### **3. Validitas Konstruk (Deskriptif terhadap Penyusunan Indikator)**

Validitas konstruk dalam penelitian ini merujuk pada sejauh mana indikator-indikator yang disusun mampu merepresentasikan konstruk laten yang diukur. Penyusunan indikator dilakukan berdasarkan teori Digital Trust dan literatur terdahulu yang relevan dengan konteks penggunaan *mobile banking* pada bank syariah. Setiap variabel laten terdiri dari enam indikator, yang dirancang untuk menangkap dimensi perilaku dan persepsi responden secara komprehensif.

Tabel berikut menyajikan daftar variabel laten, kode indikator, dan jumlah item yang digunakan dalam instrumen penelitian:

Tabel 4.3 Daftar variable laten

Variabel Laten	Kode Indikator	Indikator Pernyataan
Kemudahan Akses	KA1	Saya dapat dengan mudah mengakses aplikasi mobile banking syariah.
	KA2	Aplikasi mobile banking mudah ditemukan di toko aplikasi.
	KA3	Navigasi pada aplikasi mudah dipahami.
	KA4	Aplikasi dapat digunakan kapan saja sesuai kebutuhan saya.
	KA5	Aplikasi dapat diakses dengan cepat tanpa hambatan berarti.
	KA6	Saya tidak mengalami kesulitan saat pertama kali menggunakan aplikasi.
Kenyamanan	KY1	Tampilan antarmuka aplikasi menyenangkan secara visual.
	KY2	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi untuk berbagai transaksi.
	KY3	Aplikasi tidak sering mengalami gangguan/error saat digunakan.
	KY4	Informasi yang disajikan pada aplikasi mudah dipahami.
	KY5	Proses transaksi melalui aplikasi berlangsung cepat dan efisien.
	KY6	Saya merasa puas dengan pengalaman penggunaan aplikasi secara keseluruhan.
Keamanan	KM1	Saya merasa aman saat memasukkan informasi pribadi di aplikasi mobile banking.
	KM2	Aplikasi menggunakan sistem otentikasi ganda (seperti PIN/OTP).
	KM3	Saya yakin bahwa data saya terlindungi dengan baik oleh aplikasi.
	KM4	Saya tidak pernah mengalami kebocoran data melalui aplikasi ini.
	KM5	Aplikasi memberikan pemberitahuan keamanan saat terjadi aktivitas mencurigakan.
	KM6	Saya percaya aplikasi telah menerapkan sistem keamanan sesuai standar perbankan.
Kepercayaan Digital	KD1	Saya percaya bahwa aplikasi mobile banking ini dapat diandalkan.
	KD2	Saya percaya bahwa transaksi saya akan diproses dengan benar oleh sistem aplikasi.

	KD3	Saya yakin bank tidak akan menyalahgunakan data pribadi saya.
	KD4	Saya percaya aplikasi ini tidak akan membahayakan data saya.
	KD5	Saya percaya bahwa bank syariah menjaga integritas dan transparansi layanannya.
	KD6	Saya merasa yakin untuk terus menggunakan layanan digital bank syariah ini.
Kepuasan Nasabah	KP1	Saya merasa puas menggunakan layanan mobile banking syariah.
	KP2	Layanan aplikasi sesuai dengan harapan saya.
	KP3	Saya merasa terbantu dalam melakukan transaksi keuangan melalui aplikasi.
	KP4	Saya akan terus menggunakan aplikasi ini di masa mendatang.
	KP5	Saya akan merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain.
	KP6	Secara keseluruhan, saya puas dengan kualitas layanan digital bank syariah yang saya gunakan.

#### d. Validitas Konvergen

Validitas konvergen menunjukkan sejauh mana indikator-indikator dalam satu konstruk memiliki konsistensi dalam mengukur variabel yang sama. Untuk memenuhi syarat validitas konvergen, nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk harus lebih dari 0,5. Selain itu, nilai outer loading dari setiap indikator idealnya lebih besar dari 0,7.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan SmartPLS, seluruh konstruk dalam penelitian ini—yakni *Kemudahan Akses*, *Kenyamanan*, *Keamanan*, *Kepercayaan Digital*, dan *Kepuasan Nasabah*—memiliki nilai AVE di atas 0,5 dan seluruh indikator memiliki nilai outer loading di atas ambang batas 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa semua indikator dalam penelitian ini valid secara konvergen dan layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Tabel 4. 4 Pengujian *Validitas Outer Loading*

Indikator	Kemudahan Akses (KA)	Kenyamanan (KY)	Keamanan (KM)	Kepercayaan Digital (KD)	Kepuasan Nasabah (KP)
KA1	0.841				
KA2	0.832				
KA3	0.837				
KA4	0.844				
KA5	0.826				
KA6	0.831				
KY1		0.877			
KY2		0.886			
KY3		0.884			
KY4		0.873			
KY5		0.856			
KY6		0.87			
KM1			0.831		
KM2			0.846		
KM3			0.832		
KM4			0.829		
KM5			0.841		
KM6			0.839		
KD1				0.866	
KD2				0.864	
KD3				0.874	
KD4				0.86	
KD5				0.873	
KD6				0.869	
KP1					0.891
KP2					0.874
KP3					0.868
KP4					0.881
KP5					0.872
KP6					0.88

Pengujian validitas indikator dilakukan melalui analisis nilai *outer loading* pada masing-masing indikator konstruk dalam model penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan metode SEM-PLS, seluruh nilai *outer loading* pada indikator variabel Kemudahan Akses (KA1–KA6), Kenyamanan

(KY1–KY6), Keamanan (KM1–KM6), Kepercayaan Digital (KD1–KD6), dan Kepuasan Nasabah (KP1–KP6) menunjukkan angka lebih besar dari 0,70. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap indikator memiliki korelasi yang cukup kuat terhadap variabel laten yang diukurnya, serta telah memenuhi syarat *convergent validity*.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator dalam instrumen penelitian ini valid dan layak digunakan dalam pengujian model struktural lebih lanjut. Keberhasilan pemenuhan kriteria ini menjadi dasar yang kuat untuk melanjutkan analisis ke tahap evaluasi reliabilitas dan validitas diskriminan, guna memastikan kualitas keseluruhan model pengukuran. Validitas indikator ini juga memperkuat keyakinan bahwa data yang dikumpulkan secara empiris mampu menggambarkan konstruk teoritis secara akurat.

**Tabel 4.5 Average Variance Extracted (AVE)**

Variabel Laten	AVE	Keterangan
Kemudahan Akses	0.672	Valid
Kenyamanan	0.698	Valid
Keamanan	0.703	Valid
Kepercayaan Digital	0.689	Valid
Kepuasan Nasabah	0.715	Valid

Berdasarkan hasil pengujian validitas konvergen yang ditunjukkan pada Tabel 4.5, seluruh konstruk memiliki nilai Average Variance Extracted (AVE) di atas 0,50. Nilai AVE tertinggi terdapat pada variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0,684, disusul oleh variabel Keamanan sebesar 0,670, Kepercayaan Digital sebesar 0,655, Kemudahan Akses sebesar 0,617, dan Kenyamanan sebesar 0,610.

Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing indikator dalam konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians yang dimilikinya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel laten dalam model telah memenuhi kriteria validitas konvergen, dan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid untuk mengukur konstruk yang dimaksud. Validitas konvergen yang baik ini memberikan dasar yang kuat untuk melanjutkan ke tahap pengujian model struktural (inner model).

#### **b. Hasil Discriminant Validity**

Discriminant validity dalam penelitian ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konstruk atau variabel laten memiliki indikator yang benar-benar berbeda atau tidak tumpang tindih satu sama lain. Dengan kata lain, discriminant validity mengukur sejauh mana suatu konstruk benar-benar unik dan dapat dibedakan dari konstruk lainnya.

Uji discriminant validity dilakukan dengan membandingkan nilai korelasi antar konstruk menggunakan kriteria Fornell-Larcker. Model dikatakan memiliki discriminant validity yang baik apabila nilai akar kuadrat AVE (Average Variance Extracted) dari suatu konstruk lebih besar daripada korelasi konstruk tersebut dengan konstruk lainnya.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan Fornell-Larcker, ditemukan bahwa seluruh variabel dalam model—yakni *Kemudahan Akses*, *Kenyamanan*, *Keamanan*, *Kepercayaan Digital*, dan *Kepuasan Nasabah*—memiliki nilai akar kuadrat AVE yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai

korelasi antar konstruk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa setiap konstruk memiliki tingkat keunikan yang memadai, sehingga memenuhi kriteria discriminant validity. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing konstruk dalam model dapat dibedakan secara jelas, dan tidak terjadi tumpang tindih antar variabel laten dalam pengukuran model.

### C. Evaluasi Inner Model (Model Struktural)

#### 1. Nilai $R^2$ untuk variabel mediasi dan dependen

Evaluasi inner model bertujuan untuk mengukur kemampuan prediktif model terhadap variabel-variabel endogen, dalam hal ini Kepercayaan Digital (KD) sebagai variabel mediasi dan Kepuasan Nasabah (KP) sebagai variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk menunjukkan berapa besar variasi konstruk endogen yang dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk eksogen dalam model.

Berikut adalah nilai  $R^2$  yang diperoleh:

Tabel 4.5 Uji  $R^2$

Variabel Endogen	Konstruk Prediktor	$R^2$	Interpretasi
Kepercayaan Digital (KD)	KA, KY, KM	0.887	Sangat kuat – 88,7% variasi KD dijelaskan oleh KA, KY, KM
Kepuasan Nasabah (KP)	KA, KY, KM, KD	0.884	Sangat kuat – 88,4% variasi KP dijelaskan oleh keempat variabel

Nilai  $R^2$  sebesar 0,887 pada Kepercayaan Digital menunjukkan bahwa kombinasi Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan memiliki daya prediksi yang sangat kuat terhadap pembentukan kepercayaan digital nasabah

terhadap layanan *mobile banking* bank syariah. Sementara itu,  $R^2$  sebesar 0,884 pada Kepuasan Nasabah menunjukkan bahwa empat variabel (termasuk Kepercayaan Digital) secara kolektif memiliki pengaruh yang sangat besar dalam menjelaskan tingkat kepuasan pengguna.

Kedua nilai  $R^2$  ini menunjukkan bahwa model struktural memiliki kemampuan prediktif yang tinggi dan layak digunakan untuk pengambilan keputusan dan pengembangan strategi layanan digital berbasis syariah.

#### D. Uji Signifikansi Jalur (Path Coefficients)

##### 1. Koefisien jalur antar konstruk

Analisis jalur dalam model struktural digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh langsung antar konstruk, baik dari konstruk eksogen (KA, KY, KM) terhadap konstruk mediasi (KD), maupun dari konstruk-konstruk tersebut terhadap konstruk dependen (KP). Pengujian ini menghasilkan nilai koefisien jalur, t-statistik, dan p-value yang digunakan untuk menentukan apakah hubungan antar konstruk signifikan secara statistik.

Berikut adalah hasil uji koefisien jalur (path coefficients) berdasarkan estimasi model regresi berganda yang mewakili struktur PLS:

Tabel 4.6 Uji Koefisien Jalur (Path Coefficients)

Jalur Pengaruh			Koefisien Jalur	t-Statistik	p-Value	Keterangan
KA	→	KD	0.172	2.049	0.043	Signifikan (p < 0.05)
KY	→	KD	0.222	2.312	0.023	Signifikan (p < 0.05)
KM	→	KD	0.573	5.306	0.000	Signifikan (p < 0.01)
KA	→	KP	0.132	1.918	0.058	Tidak signifikan

(Langsung)						
KY	→	KP	0.041	0.386	0.700	Tidak signifikan
(Langsung)						
KM	→	KP	0.072	0.620	0.537	Tidak signifikan
(Langsung)						
KD	→	KP (Mediasi)	0.449	3.900	0.000	Signifikan (p < 0.01)

Interpretasi:

- a. Jalur KA, KY, dan KM ke Kepercayaan Digital (KD) signifikan, yang menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut berperan penting dalam membentuk kepercayaan digital nasabah.
- b. Jalur langsung dari KA, KY, dan KM ke Kepuasan Nasabah (KP) tidak signifikan, yang mengindikasikan bahwa pengaruhnya terhadap kepuasan terjadi secara tidak langsung melalui Kepercayaan Digital.
- c. Jalur KD → KP signifikan tinggi, yang menegaskan bahwa Kepercayaan Digital berperan sebagai mediator utama dalam hubungan antara fitur layanan digital dan kepuasan nasabah.

Dengan demikian, hasil ini mendukung hipotesis bahwa Kepercayaan Digital memediasi secara signifikan pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah layanan *mobile banking* pada bank syariah.

## 2. Nilai t-Statistik dan p-Value untuk Uji Signifikansi Jalur

Untuk menilai apakah hubungan antar konstruk dalam model memiliki pengaruh yang signifikan, digunakan dua ukuran statistik utama:

- a. t-statistik: Mengukur kekuatan hubungan; nilai absolut  $\geq 1,96$  pada tingkat signifikansi 5% dianggap signifikan.

- b. p-value: Menunjukkan probabilitas bahwa hasil terjadi secara kebetulan; nilai  $< 0,05$  menunjukkan signifikansi statistik.

Berikut adalah tabel lengkap nilai t-statistik dan p-value dari masing-masing jalur dalam model:

**Tabel 4.7 Uji t-Statistik**

Jalur	Koefisien Jalur	t-Statistik	p-Value	Signifikansi
KA → KD	0.172	2.049	0.043	Signifikan
KY → KD	0.222	2.312	0.023	Signifikan
KM → KD	0.573	5.306	0.000	Sangat Signifikan
KA → KP	0.132	1.918	0.058	Tidak Signifikan
KY → KP	0.041	0.386	0.700	Tidak Signifikan
KM → KP	0.072	0.620	0.537	Tidak Signifikan
KD → KP	0.449	3.900	0.000	Signifikan

Penegasan:

- a. Signifikan ( $p < 0.05$ ) → Pengaruh nyata dalam model.
- b. Tidak signifikan ( $p > 0.05$ ) → Tidak ada pengaruh langsung yang kuat.

Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Digital berperan signifikan sebagai mediator, sementara pengaruh langsung dari KA, KY, dan KM terhadap Kepuasan cenderung tidak signifikan secara langsung, tetapi melalui KD jalurnya menjadi kuat dan bermakna.

Berdasarkan hasil uji signifikansi jalur (*path coefficients*), dapat diinterpretasikan bahwa tidak semua konstruk memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (KP). Berikut interpretasi dari masing-masing hubungan langsung:

a. Kemudahan Akses → Kepercayaan Digital

Hubungan ini signifikan dengan koefisien 0.172 dan p-value 0.043, menunjukkan bahwa semakin mudah nasabah mengakses layanan *mobile banking*, maka semakin tinggi kepercayaan digital yang terbentuk. Kemudahan navigasi, aksesibilitas waktu, dan kecepatan sistem menjadi fondasi awal dalam membangun kepercayaan terhadap sistem digital bank syariah.

b. Kenyamanan → Kepercayaan Digital

Koefisien jalur sebesar 0.222 dan p-value 0.023 menunjukkan bahwa kenyamanan penggunaan aplikasi memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepercayaan digital. Pengalaman pengguna yang positif saat menggunakan layanan (mudah, intuitif, dan tidak membingungkan) menjadi faktor penting dalam menumbuhkan kepercayaan terhadap teknologi perbankan digital.

c. Keamanan → Kepercayaan Digital

Dengan koefisien 0.573 dan p-value 0.000, keamanan adalah variabel dengan pengaruh paling kuat terhadap kepercayaan digital. Ini menunjukkan bahwa nasabah sangat mengutamakan sistem perlindungan data, autentikasi, dan notifikasi transaksi sebagai bukti layanan yang dapat dipercaya.

d. Kemudahan Akses → Kepuasan Nasabah

Hubungan ini tidak signifikan secara langsung (p-value 0.058), yang menunjukkan bahwa meskipun aksesibilitas penting, ia belum

cukup menjelaskan kepuasan tanpa terlebih dahulu membentuk kepercayaan digital.

e. Kenyamanan → Kepuasan Nasabah

Hubungan tidak signifikan (p-value 0.700), menandakan bahwa kenyamanan penggunaan saja tidak secara langsung meningkatkan kepuasan kecuali pengguna telah memiliki rasa percaya terhadap sistem yang digunakan.

f. Keamanan → Kepuasan Nasabah

Koefisien dan p-value 0.537 menunjukkan tidak adanya pengaruh langsung yang signifikan dari keamanan terhadap kepuasan. Artinya, pengaruhnya cenderung bersifat tidak langsung, melalui perantara kepercayaan digital.

g. Kepercayaan Digital → Kepuasan Nasabah

Dengan koefisien 0.449 dan p-value 0.000, ini adalah jalur langsung yang paling signifikan terhadap kepuasan. Artinya, kepercayaan digital adalah kunci utama dalam membentuk kepuasan nasabah terhadap layanan *mobile banking* pada bank syariah.

Hubungan langsung yang paling penting adalah antara Kepercayaan Digital dan Kepuasan Nasabah. Sementara itu, Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan justru memiliki pengaruh tidak langsung melalui pembentukan Kepercayaan Digital. Temuan ini memperkuat peran digital trust sebagai variabel mediasi strategis dalam layanan keuangan syariah berbasis teknologi.

## E. Uji Mediasi Menggunakan Model *Sobel Test*

### 1. Analisis Indirect Effect (Efek Tidak Langsung)

Analisis efek tidak langsung dilakukan untuk mengevaluasi pengaruh Kemudahan Akses (KA), Kenyamanan (KY), dan Keamanan (KM) terhadap Kepuasan Nasabah (KP) melalui variabel mediasi Kepercayaan Digital (KD). Tujuannya adalah untuk menilai apakah KD memiliki peran yang signifikan dalam menjembatani pengaruh dari fitur layanan *mobile banking* terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah.

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ketiga variabel independen memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan melalui KD. Nilai efek tidak langsung masing-masing jalur ditunjukkan pada tabel berikut:

**Uji 4.8 Analisis Indirect Effect (Efek Tidak Langsung)**

Jalur Mediasi	Indirect Effect	Interpretasi
KA → KD → KP	0.077	Lemah, belum signifikan
KY → KD → KP	0.099	Sedang, mendekati signifikan
KM → KD → KP	0.256	Kuat, signifikan – menunjukkan mediasi efektif

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa jalur KM → KD → KP memiliki nilai indirect effect tertinggi, yaitu sebesar 0.256, yang mengindikasikan bahwa Keamanan berperan sangat penting dalam membangun kepercayaan digital, dan secara tidak langsung, meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini menguatkan bahwa persepsi terhadap sistem keamanan yang kuat dapat memperkuat rasa percaya nasabah terhadap layanan digital berbasis syariah.

Sementara itu, jalur dari Kemudahan Akses dan Kenyamanan juga menunjukkan arah pengaruh positif terhadap kepuasan, namun dengan nilai efek tidak langsung yang relatif lebih rendah dan belum signifikan secara statistik. Artinya, kemudahan dan kenyamanan saja belum cukup menciptakan kepuasan jika tidak dibarengi dengan rasa percaya yang kuat terhadap sistem digital.

Temuan ini mendukung teori Digital Trust, yang menekankan pentingnya rasa percaya pengguna terhadap teknologi digital sebagai dasar dalam membangun pengalaman yang memuaskan. Dalam konteks layanan *mobile banking* bank syariah, Kepercayaan Digital terbukti sebagai elemen mediasi yang kuat, khususnya pada pengaruh dari persepsi keamanan layanan digital terhadap kepuasan nasabah.

Untuk memahami sejauh mana Kepercayaan Digital (KD) memediasi pengaruh antara variabel independen (Kemudahan Akses, Kenyamanan, Keamanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Nasabah), dilakukan evaluasi jenis mediasi yang terjadi. Dalam konteks analisis ini, mediasi diklasifikasikan menjadi dua jenis:

- a. Mediasi penuh (*full mediation*): terjadi ketika jalur tidak langsung signifikan, tetapi jalur langsung tidak signifikan.
- b. Mediasi parsial (*partial mediation*): terjadi ketika baik jalur langsung maupun tidak langsung sama-sama signifikan.

Analisis ini menggunakan kombinasi dari hasil pengujian jalur langsung ( $X \rightarrow Y$ ) dan jalur tidak langsung ( $X \rightarrow M \rightarrow Y$ ) yang telah dilakukan sebelumnya.

**Tabel 4.9 Interpretasi Model Mediasi**

Jalur Mediasi	Langsung ke KP (p-value)	Tidak Langsung (z-Sobel)	Keterangan	Tipe Mediasi
KA → KP (via KD)	0.058	1.502	Tidak signifikan	Tidak terjadi mediasi
KY → KP (via KD)	0.700	1.698	Mendekati signifikan	Parsial (lemah)
KM → KP (via KD)	0.537	3.541	Signifikan kuat	Mediasi penuh

Interpretasi:

- a. Jalur KM → KP melalui KD menunjukkan mediasi penuh yang kuat. Ini berarti bahwa pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah sepenuhnya bergantung pada terbentuknya Kepercayaan Digital. Tanpa rasa aman yang kuat, kepercayaan tidak terbentuk, dan pada akhirnya kepuasan pun tidak meningkat.
- b. Jalur KA dan KY tidak menunjukkan mediasi yang signifikan secara statistik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun keduanya memiliki kontribusi terhadap pengalaman pengguna, dampaknya terhadap kepuasan tidak terjadi langsung, maupun secara mediasi yang kuat melalui KD.

## 2. Jalur Mediasi Dominan

Dalam kerangka model penelitian ini, terdapat tiga jalur mediasi yang diuji, yaitu:

- a. Kemudahan Akses (KA) → Kepercayaan Digital (KD) → Kepuasan Nasabah (KP)

- b. Kenyamanan (KY) → Kepercayaan Digital (KD) → Kepuasan Nasabah (KP)
- c. Keamanan (KM) → Kepercayaan Digital (KD) → Kepuasan Nasabah (KP)

Ketiganya dianalisis untuk mengetahui jalur mediasi mana yang paling dominan, berdasarkan nilai *indirect effect* dan signifikansinya (z-Sobel).

**Tabel 4.10 Jalur Mediasi Dominan**

<b>Jalur Mediasi</b>	<b>Indirect Effect</b>	<b>Z-Sobel</b>	<b>Keterangan</b>
KA → KD → KP	0.077	1.502	Lemah, tidak signifikan
KY → KD → KP	0.099	1.698	Sedang, mendekati signifikan
KM → KD → KP	0.256	3.541	Kuat, sangat signifikan (dominasi)

Dari ketiga jalur mediasi tersebut, KM → KD → KP merupakan jalur mediasi yang paling dominan, ditunjukkan oleh:

- a. Nilai indirect effect tertinggi sebesar 0.256
- b. Z-Sobel tertinggi sebesar 3.541, menunjukkan signifikansi statistik yang sangat kuat ( $p < 0.01$ )

Hal ini menandakan bahwa persepsi terhadap Keamanan memiliki peran paling besar dalam membentuk Kepercayaan Digital, yang pada gilirannya secara signifikan meningkatkan Kepuasan Nasabah.

Keamanan tidak hanya penting sebagai fitur teknis, tetapi juga sebagai fondasi psikologis dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap layanan digital. Kepercayaan inilah yang menjadi jembatan menuju kepuasan. Oleh karena

itu, jalur mediasi  $KM \rightarrow KD \rightarrow KP$  dapat dianggap sebagai jalur mediasi dominan dalam model penelitian ini.

## **F. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,132 dengan p-value sebesar 0,058, yang berarti hubungan tersebut tidak signifikan pada tingkat kepercayaan 95%. Meskipun arah pengaruhnya positif, secara statistik pengaruhnya tidak cukup kuat untuk menyatakan bahwa kemudahan akses secara langsung meningkatkan kepuasan nasabah.

Temuan ini mengindikasikan bahwa kemudahan akses bukan merupakan faktor yang secara langsung menentukan tingkat kepuasan, melainkan mungkin berkontribusi melalui perantara seperti kepercayaan digital. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menguji pengaruh langsung kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah tidak terbukti secara signifikan dalam model struktural yang diuji.

Hasil ini mengandung makna bahwa meskipun layanan mobile banking yang mudah diakses merupakan salah satu harapan utama pengguna, kemudahan akses saja belum cukup untuk menciptakan kepuasan nasabah secara langsung. Pengalaman pengguna yang mudah dan cepat memang

penting, namun belum menjamin munculnya perasaan puas tanpa adanya elemen kepercayaan yang mendalam terhadap sistem digital yang digunakan.

Hal ini menunjukkan bahwa nasabah *mobile banking* bank syariah tidak hanya menilai dari sisi teknis kemudahan, tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti keamanan, kenyamanan, serta kredibilitas dan kepatuhan layanan terhadap nilai-nilai syariah. Dengan kata lain, kemudahan akses berfungsi sebagai fondasi awal, namun bukan satu-satunya penentu kepuasan, karena persepsi kepercayaan dan nilai-nilai personal masih menjadi aspek yang lebih dominan dalam membentuk kepuasan nasabah secara utuh.

Dalam konteks layanan *mobile banking* pada bank syariah, kemudahan akses cenderung dipersepsi sebagai fitur dasar yang sudah semestinya ada, bukan sebagai keunggulan diferensiatif yang secara langsung memengaruhi kepuasan. Hal ini dapat dimaklumi mengingat mayoritas pengguna digital saat ini—terutama generasi muda—telah terbiasa dengan standar kemudahan akses dari berbagai platform teknologi lainnya, sehingga mereka menganggap kemudahan tersebut sebagai ekspektasi minimum, bukan sebagai nilai tambah.

Di sisi lain, nasabah bank syariah umumnya memiliki ekspektasi yang lebih luas, tidak hanya pada aspek teknis, tetapi juga pada integritas layanan, kepatuhan terhadap prinsip syariah, serta jaminan keamanan dan kenyamanan. Maka, ketika kemudahan akses tidak disertai dengan kepercayaan dan rasa aman, kepuasan tidak akan terbentuk secara utuh. Dengan demikian, hasil ini menempatkan kemudahan akses dalam kerangka yang lebih luas, yaitu sebagai faktor pendukung awal yang harus dikontekstualisasikan dalam pengalaman

digital yang menyeluruh dan sesuai dengan nilai-nilai yang dipegang oleh nasabah.

Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa strategi peningkatan kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah tidak dapat hanya bergantung pada peningkatan kemudahan akses, seperti mempercepat loading aplikasi atau menyederhanakan navigasi. Meskipun penting, kemudahan akses harus dipadukan dengan elemen-elemen lain yang lebih membentuk pengalaman emosional dan persepsi kepercayaan nasabah.

Oleh karena itu, bank syariah perlu mengintegrasikan kemudahan akses dengan peningkatan keamanan, kenyamanan, dan pemenuhan nilai-nilai syariah untuk menciptakan pengalaman digital yang utuh dan memuaskan. Jika tidak, nasabah mungkin tetap menggunakan layanan karena kebutuhan, tetapi tidak akan loyal atau merasa puas, sehingga berisiko berpindah ke penyedia layanan lain yang mampu memberikan pengalaman digital yang lebih menyeluruh. Dalam jangka panjang, kemudahan akses yang tidak didukung oleh kepercayaan digital yang kuat tidak akan memberikan dampak signifikan terhadap loyalitas atau retensi nasabah, sehingga bank perlu memandangnya sebagai syarat minimum, bukan keunggulan kompetitif utama.

Hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa temuan sebelumnya yang menunjukkan bahwa kemudahan akses memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Misalnya, penelitian oleh Rini Cahyani dan Abdul Salam pada Bank NTB Syariah menemukan bahwa kemudahan akses berkontribusi besar terhadap kepuasan karena memudahkan nasabah

dalam melakukan transaksi secara efisien dan fleksibel. Demikian pula, studi oleh Dina Nudia Ahsanah, Muhammad Syahbudi, dan Ahmad Syakir menyimpulkan bahwa kemudahan dalam menggunakan fitur layanan digital meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pengguna secara langsung.

Namun, dalam penelitian ini, pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan tidak terbukti secara signifikan, yang menunjukkan bahwa faktor ini mungkin bersifat tidak langsung atau bekerja lebih efektif melalui variabel perantara seperti kepercayaan digital. Dengan kata lain, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam memperlihatkan bahwa kemudahan akses tidak selalu menjamin kepuasan, terutama dalam konteks bank syariah, di mana nilai-nilai kepercayaan dan keamanan memiliki posisi yang lebih dominan dalam membentuk pengalaman nasabah.

Hasil penelitian ini berbeda dengan sejumlah studi terbaru yang menunjukkan bahwa kemudahan akses memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Misalnya, penelitian oleh Gunawan et al, menemukan bahwa kualitas layanan digital dan kemudahan akses melalui mobile banking berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.<sup>33</sup> Temuan serupa juga disampaikan oleh Wulandari et al, yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan layanan digital

---

<sup>33</sup> Dhiyajeng Aroma Gunawan, Yuni Istanto, and Titik Kusmantini, 'PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING BPD DIY', *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 4.2 (2023), doi:10.24853/jmmb.4.2.55-62.

berpengaruh terhadap sikap positif nasabah, tetapi dampak tersebut dimediasi oleh tingkat kepercayaan terhadap sistem.<sup>34</sup>

Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan akses tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, yang mengindikasikan bahwa dalam konteks perbankan syariah, faktor seperti kepercayaan digital mungkin memainkan peran perantara yang lebih penting daripada kemudahan itu sendiri, sebagaimana didukung oleh studi Mujab, yang menemukan bahwa kendala infrastruktur digital dapat menghambat kepuasan meskipun akses tersedia.

## 2. Pengaruh Kenyamanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,041 dan p-value 0,700. Ini mengindikasikan bahwa meskipun layanan mobile banking dirancang dengan tampilan yang ramah pengguna, mudah dioperasikan, dan memberikan pengalaman yang menyenangkan, kenyamanan tersebut tidak secara otomatis meningkatkan kepuasan nasabah jika tidak didukung oleh faktor-faktor lain, seperti kepercayaan terhadap sistem, keamanan transaksi, dan pemenuhan nilai-nilai syariah. Dengan demikian, tujuan penelitian yang ingin menguji pengaruh langsung kenyamanan terhadap kepuasan tidak terbukti secara signifikan, dan menunjukkan bahwa kenyamanan lebih

---

<sup>34</sup> Sri Wulandari, Keni Keni, and Ai Ping Teoh, 'PENGARUH RELATIVE ADVANTAGE DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP ATTITUDE DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI', *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7.1 (2023), doi:10.24912/jmieb.v7i1.21228.

berperan sebagai elemen pendukung dalam proses pembentukan kepuasan, kemungkinan melalui penguatan kepercayaan digital sebagai variabel mediasi.

Hasil ini mengandung makna bahwa kenyamanan dalam menggunakan layanan mobile banking belum cukup untuk menciptakan kepuasan nasabah secara langsung. Meskipun fitur-fitur yang mudah diakses, desain aplikasi yang intuitif, serta proses transaksi yang cepat dan lancar dapat menciptakan pengalaman yang menyenangkan, hal tersebut tidak serta-merta membuat nasabah merasa puas terhadap keseluruhan layanan. Ini menunjukkan bahwa nasabah bank syariah menilai kepuasan dari dimensi yang lebih kompleks, tidak hanya dari rasa nyaman saat menggunakan aplikasi, tetapi juga dari aspek seperti kepercayaan terhadap keamanan sistem, transparansi transaksi, serta nilai-nilai spiritual dan etika yang dipegang oleh institusi syariah. Dengan kata lain, kenyamanan adalah elemen yang penting, tetapi bukan penentu akhir kepuasan—ia bekerja secara tidak langsung, kemungkinan besar melalui terbentuknya kepercayaan digital terlebih dahulu sebelum memengaruhi kepuasan nasabah secara menyeluruh.

Dalam konteks layanan mobile banking pada bank syariah, kenyamanan sering kali dipersepsi sebagai standar layanan minimal yang sudah seharusnya dipenuhi oleh penyedia jasa perbankan digital. Di tengah persaingan teknologi yang semakin ketat, nasabah tidak lagi menganggap kenyamanan sebagai keunggulan kompetitif, melainkan sebagai bagian dari ekspektasi dasar yang wajib tersedia. Terlebih bagi nasabah bank syariah, kenyamanan tidak hanya diukur dari sisi teknis seperti kecepatan akses atau desain antarmuka, tetapi

juga dari kesesuaian layanan dengan prinsip syariah, transparansi informasi, dan kemudahan dalam melakukan ibadah keuangan seperti zakat atau infaq. Oleh karena itu, kenyamanan hanya akan memiliki arti strategis jika dikaitkan dengan faktor lain yang lebih berpengaruh secara emosional dan spiritual, terutama kepercayaan digital, yang mencerminkan rasa yakin terhadap kehandalan, keamanan, dan integritas sistem syariah yang digunakan.

Hasil ini menunjukkan bahwa kenyamanan bersifat kondisional, dan untuk dapat berdampak pada kepuasan nasabah, kenyamanan harus disertai dengan jaminan kepercayaan terhadap layanan yang diberikan. Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa kenyamanan dalam layanan mobile banking tidak dapat dijadikan satu-satunya strategi untuk meningkatkan kepuasan nasabah, khususnya pada bank syariah. Bank perlu memahami bahwa meskipun kenyamanan dapat memperkuat pengalaman pengguna, dampaknya terhadap kepuasan nasabah akan melemah jika tidak dibarengi dengan rasa percaya terhadap sistem digital yang digunakan.

Oleh karena itu, penyedia layanan perlu merancang pengalaman digital yang tidak hanya nyaman secara teknis, tetapi juga mampu membangun kepercayaan nasabah melalui transparansi, keamanan, dan kesesuaian dengan nilai-nilai syariah. Jika tidak diperhatikan, maka investasi dalam kenyamanan fitur aplikasi yang tidak didukung oleh trust system yang kuat hanya akan menciptakan kepuasan semu dan tidak berdampak jangka panjang terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya, jika kenyamanan berhasil dikaitkan dengan kepercayaan digital, maka kepuasan yang terbentuk akan lebih stabil dan

berpotensi menciptakan relasi nasabah yang lebih loyal terhadap layanan bank syariah di era digital.

Hasil penelitian ini berbeda dengan beberapa studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kenyamanan memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah dalam penggunaan layanan digital perbankan. Misalnya, kenyamanan yang berasal dari kualitas antarmuka dan kemudahan navigasi dianggap sebagai faktor penting dalam membentuk persepsi positif terhadap layanan digital perbankan, sebagaimana disoroti dalam studi oleh Gunawan et al. dan Wulandari et al..<sup>35</sup>

Namun, penelitian ini tidak menemukan pengaruh langsung yang signifikan antara kenyamanan dan kepuasan, yang mengindikasikan bahwa dalam konteks bank syariah, kenyamanan mungkin harus terlebih dahulu membentuk kepercayaan digital sebelum dapat berkontribusi pada kepuasan nasabah secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa peran variabel mediasi seperti kepercayaan digital menjadi krusial, berbeda dengan layanan pada bank konvensional di mana kenyamanan saja sudah cukup untuk mendorong kepuasan.

### 3. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan digital tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking

---

<sup>35</sup> Gunawan, Istanto, and Kusmantini, 'PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP E-SATISFACTION DAN E-LOYALTY NASABAH PENGGUNA MOBILE BANKING BPD DIY'; Wulandari, Keni, and Teoh, 'PENGARUH RELATIVE ADVANTAGE DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP ATTITUDE DENGAN TRUST SEBAGAI VARIABEL MEDIASI'.

pada bank syariah, dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,072 dan p-value sebesar 0,537. Meskipun keamanan merupakan aspek yang sangat penting dalam layanan perbankan digital, pengaruhnya terhadap kepuasan dalam penelitian ini tidak terbukti secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi nasabah terhadap keamanan belum cukup kuat untuk secara otomatis meningkatkan kepuasan mereka terhadap layanan mobile banking.

Temuan ini mengindikasikan bahwa keamanan cenderung membentuk kepuasan secara tidak langsung, kemungkinan besar melalui peran mediasi kepercayaan digital. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk menguji pengaruh langsung keamanan digital terhadap kepuasan nasabah tidak terbukti signifikan, dan menegaskan bahwa faktor ini bekerja melalui jalur psikologis yang lebih kompleks.

Hasil ini memberikan makna bahwa nasabah tidak serta-merta merasa puas hanya karena layanan mobile banking dianggap aman. Meskipun keamanan digital merupakan aspek krusial dalam sistem perbankan, keamanan cenderung dipersepsi sebagai syarat dasar yang wajib dipenuhi, bukan sebagai keunggulan yang memberikan kepuasan secara langsung. Dalam konteks ini, nasabah akan merasa kecewa jika sistem dianggap tidak aman, tetapi tidak otomatis merasa puas hanya karena sistem sudah aman. Ini berarti bahwa keamanan lebih berperan sebagai faktor penghindaran risiko dibandingkan sebagai sumber utama rasa puas. Oleh karena itu, pengaruh keamanan terhadap kepuasan cenderung terjadi secara tidak langsung—yakni, melalui terbentuknya kepercayaan digital, di mana rasa aman menjadi fondasi yang

memperkuat keyakinan nasabah terhadap kredibilitas dan reliabilitas layanan digital berbasis syariah. Artinya, keamanan membentuk kepercayaan terlebih dahulu, dan dari kepercayaan lah kepuasan kemudian terbentuk.

Dalam konteks layanan *mobile banking* pada bank syariah, keamanan digital merupakan elemen fundamental yang diasumsikan sudah seharusnya tersedia oleh pengguna, terutama dalam hal perlindungan data pribadi, autentikasi transaksi, dan sistem enkripsi yang andal. Di tengah meningkatnya risiko kejahatan siber dan kebocoran data, nasabah menempatkan keamanan sebagai prasyarat dasar sebelum mereka bersedia menggunakan layanan digital secara penuh.

persepsi terhadap keamanan lebih sering bertindak sebagai faktor protektif—yakni untuk menghindari ketidakpuasan atau ketidaknyamanan—daripada sebagai faktor yang secara aktif membentuk rasa puas. Dengan demikian, ketika sistem dianggap aman, nasabah tidak serta-merta merasa lebih puas, karena keamanan telah menjadi ekspektasi minimal. Sebaliknya, ketika keamanan dirasa lemah atau diragukan, barulah ketidakpuasan muncul secara signifikan. Oleh sebab itu, keamanan digital bekerja secara tidak langsung terhadap kepuasan, dengan cara membentuk kepercayaan digital terlebih dahulu. Dalam konteks bank syariah, kepercayaan ini semakin penting karena nasabah juga mengaitkan keamanan layanan dengan integritas syariah dan nilai-nilai moral yang diemban institusi tersebut.

Implikasi dari hasil ini menunjukkan bahwa investasi bank syariah dalam sistem keamanan digital tidak serta-merta akan meningkatkan kepuasan

nasabah jika tidak diiringi dengan strategi penguatan kepercayaan digital. Keamanan memang tetap wajib dijaga sebagai dasar keandalan layanan, namun dalam konteks pengalaman nasabah, keamanan lebih berperan sebagai elemen pendukung yang membentk rasa percaya, bukan sebagai sumber utama kepuasan.

bank syariah perlu memanfaatkan persepsi keamanan ini untuk membangun narasi dan komunikasi yang memperkuat kepercayaan nasabah terhadap integritas dan profesionalisme layanan digital mereka. Jika kepercayaan tersebut terbentuk secara utuh, maka dampak positif terhadap kepuasan akan terasa lebih signifikan. Sebaliknya, jika aspek keamanan hanya dipandang sebagai kepatuhan teknis tanpa membentuk hubungan emosional yang kuat dengan pengguna, maka upaya peningkatan kepuasan akan terhambat, bahkan meski sistem sudah sangat aman sekalipun. Maka dari itu, implikasi praktisnya adalah bank perlu mengemas keamanan digital bukan hanya sebagai fitur teknis, tetapi juga sebagai nilai yang menyentuh keyakinan dan kenyamanan psikologis nasabah syariah.

Hasil penelitian ini tidak sepenuhnya sejalan dengan beberapa temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa keamanan digital memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Misalnya, penelitian oleh Rini Cahyani dan Abdul Salam menunjukkan bahwa keamanan digital memberikan dampak positif terhadap kepuasan karena nasabah merasa terlindungi saat melakukan transaksi. Begitu pula dalam studi oleh Dina Nudia

Ahsanah et al., ditemukan bahwa persepsi terhadap keamanan mendorong rasa nyaman dan puas dalam menggunakan layanan digital.

hasil penelitian ini berbeda karena pengaruh langsung keamanan digital terhadap kepuasan tidak signifikan, yang berarti bahwa nasabah tidak secara otomatis merasa puas hanya karena layanan dianggap aman.<sup>36</sup> Temuan ini justru menunjukkan bahwa keamanan berperan lebih kuat secara tidak langsung, yakni melalui pembentukan kepercayaan digital, yang kemudian berdampak pada kepuasan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan memperkuat pemahaman bahwa peran keamanan dalam perbankan digital syariah tidak bisa dilepaskan dari konteks kepercayaan, dan bukan berdiri sendiri sebagai pemicu utama kepuasan seperti dalam beberapa penelitian konvensional sebelumnya.

#### 4. Pengaruh kepercayaan digital terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), ditemukan bahwa kepercayaan digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,449 dengan t-statistik 3,900 dan p-value 0,000, yang berada jauh di bawah ambang signifikansi 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan,

---

<sup>36</sup> Fitri Fadilah Widyaputri and Edy Yusuf Agung Gunanto, 'Shariah Mobile Banking Adoption Trends: Analysis Mob Mentality, Reputation, Perceived Risk, and Islamic Financial Literacy', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10.5 (2023), doi:10.20473/vol10iss20235pp482-495.

reliabilitas, dan integritas layanan mobile banking syariah, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Hasil ini sejalan dengan teori kepercayaan digital yang menekankan bahwa rasa aman dan keyakinan terhadap sistem menjadi faktor penentu dalam membentuk persepsi positif serta pengalaman layanan yang memuaskan.

Hasil ini bermakna bahwa kepercayaan digital bukan sekadar elemen pendukung, melainkan menjadi fondasi utama yang menghubungkan pengalaman penggunaan layanan mobile banking syariah dengan rasa puas yang dirasakan nasabah. Ketika nasabah yakin bahwa layanan yang mereka gunakan aman, akurat, konsisten, dan sesuai prinsip syariah, mereka cenderung membentuk persepsi positif yang berujung pada kepuasan emosional dan fungsional. Artinya, walaupun fitur-fitur seperti kemudahan akses, kenyamanan, dan keamanan teknis tersedia, tanpa kepercayaan digital yang kuat, kepuasan nasabah sulit tercapai secara optimal. Temuan ini menegaskan bahwa kepercayaan digital adalah kunci dalam mempertahankan loyalitas nasabah serta memperkuat daya saing bank syariah di era layanan keuangan berbasis teknologi.

Konteks hasil penelitian ini dapat dipahami melalui logika bahwa industri perbankan syariah, khususnya pada layanan mobile banking, beroperasi dalam ruang yang sangat bergantung pada persepsi dan keyakinan nasabah terhadap sistem digital. Di Kota Palopo, misalnya, meskipun nasabah memiliki akses mudah, kenyamanan penggunaan, dan jaminan keamanan transaksi, kepuasan tidak serta-merta meningkat apabila kepercayaan digital belum terbentuk secara kokoh. Kepercayaan digital menjadi faktor penghubung yang memastikan bahwa

setiap fitur yang ditawarkan bank syariah benar-benar dirasakan aman, dapat diandalkan, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Situasi ini sejalan dengan realitas bahwa masyarakat akan lebih puas dan loyal apabila keyakinan mereka terhadap kredibilitas, integritas, dan kemampuan bank dalam melindungi data serta transaksi digital telah terbentuk secara menyeluruh.

Hasil penelitian ini memproyeksikan bahwa penguatan kepercayaan digital akan menjadi kunci strategis dalam meningkatkan kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah. Jika bank syariah mampu membangun dan mempertahankan kepercayaan ini melalui transparansi layanan, keamanan data yang terjamin, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, maka dampaknya tidak hanya pada peningkatan kepuasan, tetapi juga pada loyalitas jangka panjang nasabah. Dalam jangka menengah, hal ini dapat memperkuat citra positif bank di mata publik, mengurangi risiko churn nasabah, serta mendorong adopsi layanan digital secara lebih luas. Bahkan, dengan kepercayaan digital yang tinggi, potensi bank untuk memperluas pangsa pasar di segmen generasi muda dan melek teknologi akan semakin besar, mengingat kelompok ini merupakan pengguna dominan mobile banking di Indonesia.

Penelitian tentang pengaruh kepercayaan digital terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah menunjukkan bahwa kepercayaan digital, yang mencakup persepsi keamanan, reliabilitas, dan integritas layanan, berperan signifikan dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian lain yang juga menegaskan pentingnya kepercayaan (e-trust) dan kualitas layanan digital dalam membentuk kepuasan dan loyalitas

nasabah bank syariah. Studi di Indonesia dan Nigeria menyoroiti bahwa keamanan, transparansi, dan inovasi digital memperkuat kepercayaan dan kebahagiaan nasabah, serta mendorong adopsi layanan mobile banking syariah.<sup>37</sup> Penelitian lain pada BCA Syariah dan bank syariah di Sri Lanka juga menemukan bahwa e-trust dan kualitas layanan digital secara signifikan meningkatkan kepuasan nasabah.<sup>38</sup> Selain itu, faktor seperti brand image dan kualitas layanan digital turut memperkuat hubungan antara kepercayaan dan kepuasan, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas nasabah.<sup>39</sup> Dimensi keamanan dan privasi pada mobile banking juga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan, terutama di kalangan generasi milenial.<sup>40</sup> Secara keseluruhan, konsistensi hasil penelitian lintas negara dan institusi menegaskan bahwa kepercayaan digital adalah fondasi utama dalam membangun kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah.

##### 5. Peran Kepercayaan Digital Memediasi Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah.

Berdasarkan hasil uji Partial Least Squares (PLS-SEM) terhadap jalur mediasi Kemudahan Akses (KA) → Kepercayaan Digital (KD) → Kepuasan Nasabah (KP), diperoleh nilai Indirect Effect sebesar 0,077 dan nilai Z-Sobel

<sup>37</sup> Viola Yarmanti A., Alek Wissalam Bustami, and Adam Muhammad Ardo, 'Islamic Banking Innovation and Customer Satisfaction: A Case Study of Indonesia and Nigeria', *BANCO: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 7.1 SE-Articles (2025), doi:10.35905/banco.v7i1.11018.

<sup>38</sup> Hayathu Mohamed Ahamed Hilmy and Iqbal Saujan, 'Customer Satisfaction on Digital Banking Services: Evidence from Islamic Financial Institutions in Sri Lanka', *Journal of Islamic Economic Laws*, 8.01 (2025), pp. 41–59, doi:10.23917/jisel.v8i01.7099.

<sup>39</sup> Ade Sofyan Mulazid and Fatmawati Fatmawati, 'Finding Customer Satisfaction and Loyalty Factors in Islamic Bank Digital Users', *Maliki Islamic Economics Journal*, 3.1 (2023), pp. 19–31, doi:10.18860/miec.v3i1.21240.

<sup>40</sup> Juliana Nasution, Saparuddin Siregar, and Sugianto Sugianto, 'Digitalization of Sharia Banking: The Influence of Self Service Technology on The Satisfaction of Millennial Customers', *Journal of Finance and Islamic Banking*, 5.1 (2023), pp. 63–81, doi:10.22515/jfib.v5i1.4813.

sebesar 1,502. Nilai ini menunjukkan bahwa efek mediasi lemah dan tidak signifikan secara statistik ( $p\text{-value} > 0,05$ ). Dengan demikian, Kepercayaan Digital tidak secara signifikan memediasi pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah. Artinya, meskipun kemudahan akses memiliki pengaruh terhadap kepercayaan digital, pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk berdampak signifikan pada kepuasan nasabah melalui jalur mediasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh langsung kemudahan akses terhadap kepuasan lebih perlu diperkuat, atau dimungkinkan adanya variabel lain yang lebih efektif sebagai mediator dalam konteks ini.

Temuan ini memberikan pemaknaan penting jika dilihat dari sudut pandang teori kepercayaan digital, yang menyatakan bahwa trust dalam sistem digital terbentuk dari persepsi atas tiga hal: keamanan, reliabilitas teknologi, dan integritas institusi penyedia layanan.<sup>41</sup> Kemudahan akses, meskipun menjadi salah satu faktor teknis yang mempengaruhi persepsi awal pengguna terhadap kemudahan sistem, tidak serta-merta membangun trust jika tidak disertai dengan jaminan keamanan, kejelasan sistem, dan konsistensi layanan. Artinya, nasabah mungkin dapat mengakses layanan dengan cepat dan mudah, tetapi tetap merasa ragu untuk mempercayakan transaksi penting karena belum ada bukti kuat bahwa sistem benar-benar aman dan dapat diandalkan.<sup>42</sup> Teori kepercayaan digital juga menjelaskan bahwa trust adalah hasil dari proses pengalaman dan bukti nyata,

---

<sup>41</sup> Jomina John and K. John Singh, 'Predictive Digital Twin Driven Trust Model for Cloud Service Providers with Fuzzy Inferred Trust Score Calculation', *Journal of Cloud Computing*, 13.1 (2024), doi:10.1186/s13677-024-00694-w.

<sup>42</sup> Anja Brelih and Robert Klinc, 'Building Digital Trust in Cde-Based Bim Workflows: Key Strategies', *Journal of Information Technology in Construction*, 30.January (2025), pp. 524–43, doi:10.36680/j.itcon.2025.022.

bukan semata persepsi teknis. Oleh karena itu, hasil ini memperkuat pandangan bahwa kemudahan akses harus diikuti oleh upaya membangun persepsi keamanan dan kredibilitas layanan digital agar dapat mendorong pembentukan kepercayaan yang pada akhirnya berdampak positif terhadap kepuasan nasabah.<sup>43</sup>

Secara kontekstual, hal ini mencerminkan kondisi sosial-teknologis di mana kemudahan akses layanan digital belum sepenuhnya menjamin rasa percaya dari nasabah, khususnya pada layanan keuangan berbasis syariah. Di berbagai kota, termasuk Palopo, pengguna mobile banking yang sebagian besar adalah generasi muda memang menuntut layanan yang mudah dan cepat. Namun, frekuensi gangguan layanan, seperti insiden drop sistem BSI pada Mei 2023, menimbulkan kekhawatiran terhadap keandalan jangka panjang layanan digital, terlepas dari seberapa mudahnya diakses. Ini menjadi bukti bahwa persepsi kemudahan saja belum cukup kuat untuk membentuk kepercayaan digital tanpa adanya konsistensi dan integritas sistem.

Lebih jauh, tingkat literasi digital dan kesadaran risiko keamanan digital di kalangan pengguna mobile banking syariah juga masih bervariasi, menyebabkan terjadinya diskoneksi antara kemudahan akses dan kepercayaan digital. Faktor-faktor seperti keraguan terhadap sistem syariah yang berbasis teknologi, pengalaman negatif terhadap gangguan aplikasi, atau ketidaktahuan terhadap protokol keamanan data dapat melemahkan efek kemudahan akses terhadap pembentukan trust. Maka, hasil ini mengonfirmasi bahwa kepercayaan digital

---

<sup>43</sup> Meinald T. Thielsch, Sarah M. Meeßen, and Guido Hertel, 'Trust and Distrust in Information Systems at the Workplace', *PeerJ*, 2018.9 (2018), doi:10.7717/peerj.5483.

lebih dipengaruhi oleh aspek-aspek fungsional dan emosional yang lebih kompleks, bukan sekadar kemudahan dalam mengakses aplikasi.

Temuan bahwa kepercayaan digital tidak secara signifikan memediasi pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah, namun justru memediasi secara kuat dan signifikan pada hubungan antara keamanan dan kepuasan, memiliki implikasi strategis bagi pengembangan layanan mobile banking bank syariah. Hal ini mengisyaratkan bahwa nasabah tidak hanya mengandalkan aspek kemudahan dan kenyamanan dalam menilai kepuasan, tetapi lebih dalam—mereka mengutamakan rasa aman dan kepercayaan terhadap sistem digital yang digunakan.

Akibatnya, jika bank syariah ingin meningkatkan loyalitas dan kepuasan nasabah, fokus pengembangan tidak cukup hanya pada tampilan antarmuka yang mudah diakses atau navigasi yang nyaman, melainkan harus memprioritaskan keandalan sistem, proteksi data pribadi, dan keamanan transaksi digital. Di tengah meningkatnya ancaman siber dan memori kolektif pengguna terhadap kasus gangguan jaringan (seperti yang dialami BSI), penguatan trust melalui transparansi, edukasi keamanan, dan respons cepat terhadap insiden digital akan menjadi fondasi utama dalam menjaga kepuasan.

Lebih jauh, implikasi bagi kebijakan bank adalah perlunya membangun sistem kepercayaan digital berbasis syariah yang tidak hanya mengikuti regulasi teknis, tetapi juga memperkuat nilai-nilai etika dan keterbukaan yang melekat dalam prinsip keuangan Islam. Dalam jangka panjang, kegagalan mengelola trust digital dapat berdampak pada penurunan kepercayaan publik terhadap bank

syariah secara keseluruhan, terutama dari kalangan digital native yang menjadi mayoritas pengguna mobile banking. Sebaliknya, keberhasilan membangun trust yang kokoh akan memperkuat posisi bank syariah dalam kompetisi perbankan digital nasional.

Temuan bahwa Kepercayaan Digital tidak secara signifikan memediasi pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kepuasan Nasabah sejalan dengan beberapa penelitian lain yang juga menemukan efek mediasi trust yang lemah atau tidak signifikan dalam konteks serupa. Misalnya, studi di sektor e-commerce dan perbankan menunjukkan bahwa kemudahan akses dan kemudahan penggunaan memang berpengaruh langsung terhadap kepuasan atau loyalitas pelanggan, namun pengaruhnya melalui trust sebagai mediator sering kali tidak kuat atau bahkan tidak signifikan secara statistik.<sup>44</sup> Sebaliknya, ada penelitian yang menemukan trust dapat menjadi mediator signifikan, tetapi biasanya efek ini diperkuat oleh faktor lain seperti kualitas layanan, keamanan, atau pengalaman pengguna yang positif.<sup>45</sup> Dalam beberapa kasus, variabel lain seperti customer experience atau perceived value justru menjadi mediator yang lebih efektif antara kemudahan akses dan kepuasan nasabah.<sup>46</sup> Dengan demikian, hasil penelitian ini konsisten dengan literatur yang menyoroti bahwa trust tidak selalu menjadi jalur

---

<sup>44</sup> Miao Miao and others, 'The Influence of E-Customer Satisfaction, e-Trust and Perceived Value on Consumer's Repurchase Intention in B2C e-Commerce Segment', *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34.10 (2022), doi:10.1108/APJML-03-2021-0221.

<sup>45</sup> Meharaj Banu Abdul Sathar and others, 'A Moderated-Mediation Model of Perceived Enjoyment, Security and Trust on Customer Satisfaction: Evidence from Banking Industry in India', *Journal of Asia Business Studies*, 17.3 (2023), doi:10.1108/JABS-03-2022-0089.

<sup>46</sup> Nur Laely and others, 'The Impact of Perception (Advantage, Ease of Use, Benefit) On Digital Banking Customer Satisfaction Mediated by Customer Experience', *International Journal of Social Science and Human Research*, 7.01 (2024), doi:10.47191/ijsshr/v7-i01-85.

mediasi utama, dan penting untuk mengeksplorasi mediator lain atau memperkuat pengaruh langsung kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah.<sup>47</sup>

6. Peran Kepercayaan Digital Memediasi Pengaruh Kenyamanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah.

Hasil uji jalur mediasi menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling Partial Least Squares (SEM-PLS) menunjukkan bahwa kepercayaan digital memiliki peran sebagai mediator yang sedang dan mendekati signifikan dalam hubungan antara kenyamanan (KY) dan kepuasan nasabah (KP). Nilai Indirect Effect sebesar 0,099 dengan Z-Sobel sebesar 1,698 menunjukkan bahwa meskipun belum mencapai ambang signifikansi statistik secara ketat ( $Z > 1,96$ ), namun nilai tersebut mendekati level signifikansi dan menunjukkan arah pengaruh yang positif.

Artinya, semakin tinggi tingkat kenyamanan dalam penggunaan mobile banking, maka kepercayaan digital cenderung meningkat, yang pada gilirannya dapat memperkuat kepuasan nasabah. Namun demikian, karena nilai signifikansi belum sepenuhnya terpenuhi, pengaruh mediasi ini masih tergolong moderat dan belum sepenuhnya stabil secara statistik. Hasil ini merefleksikan pentingnya memperkuat elemen kenyamanan—seperti tampilan antarmuka, kemudahan navigasi, dan kecepatan akses—dalam rangka membangun kepercayaan nasabah terhadap sistem digital, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan mereka.

---

<sup>47</sup> Miao and others, 'The Influence of E-Customer Satisfaction, e-Trust and Perceived Value on Consumer's Repurchase Intention in B2C e-Commerce Segment'.

Menurut teori ini, kepercayaan digital tidak muncul secara instan, tetapi melalui akumulasi pengalaman positif pengguna terhadap sistem. Ketika nasabah merasa nyaman dalam bertransaksi, hal ini menciptakan persepsi bahwa sistem bank tersebut kredibel, stabil, dan layak dipercaya. Maka dari itu, kenyamanan menjadi variabel pendorong yang memperkuat konstruksi kepercayaan digital, dan dalam penelitian ini, kepercayaan itu selanjutnya mendorong kepuasan nasabah.<sup>48</sup> Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa kenyamanan bukan hanya bersifat teknis, tetapi juga emosional, yang memperkuat keyakinan pengguna terhadap kapabilitas dan niat baik sistem perbankan syariah dalam memberikan layanan terbaik. Ini sejalan dengan kerangka teori kepercayaan digital yang menyatakan bahwa pengalaman pengguna yang positif adalah fondasi utama dari terbentuknya digital trust dalam ekosistem layanan berbasis teknologi.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa kepercayaan digital memediasi pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah memiliki landasan yang kuat dalam konteks perkembangan layanan digital di sektor keuangan syariah. Dalam beberapa tahun terakhir, transformasi digital yang masif telah mendorong bank-bank syariah untuk berinvestasi pada teknologi yang tidak hanya efisien, tetapi juga nyaman digunakan. Kenyamanan ini mencakup desain antarmuka aplikasi yang intuitif, kecepatan akses, minim gangguan teknis, dan pengalaman pengguna yang menyenangkan.

Namun, kenyamanan saja tidak serta-merta meningkatkan kepuasan nasabah tanpa adanya rasa percaya terhadap sistem digital yang digunakan. Di

---

<sup>48</sup> Fimi Catur Wulan Suci and Kandi Sofia Senastri Dahlan, 'The Effect Of Security And Trust On Mobile Banking Customer Satisfaction Mediated By Convenience Factors', *Journal of Social Science (JoSS)*, 2.10 (2023), doi:10.57185/joss.v2i10.144.

sinilah kepercayaan digital berperan sebagai jembatan psikologis yang menghubungkan persepsi kenyamanan dengan keputusan untuk terus menggunakan layanan dan merasakan kepuasan. Ketika nasabah merasa nyaman dan sistem terbukti dapat diandalkan, kepercayaan pun terbentuk, dan rasa puas sebagai pengguna akan menguat secara alami.

Dalam konteks ini, kenyamanan menjadi faktor awal yang memicu proses kognitif dan afektif nasabah untuk membentuk kepercayaan digital, yang kemudian mengarah pada kepuasan. Artinya, logika hubungan antar variabel ini bersifat berjenjang—dimulai dari persepsi kenyamanan, yang membentuk kepercayaan digital, lalu bermuara pada kepuasan pengguna. Dengan demikian, hasil penelitian ini secara kontekstual memperkuat pentingnya kenyamanan sebagai pintu masuk strategis untuk membangun kepercayaan digital yang berdampak langsung pada loyalitas dan kepuasan nasabah bank syariah di era mobile banking.

Secara praktis, bank syariah perlu menempatkan kenyamanan pengguna sebagai strategi utama dalam pengembangan layanan digital, karena aspek ini terbukti mendorong pembentukan kepercayaan digital yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan. Ini mencakup pengembangan antarmuka aplikasi yang ramah pengguna, responsif, mudah dinavigasi, dan minim error. Ketika kenyamanan diutamakan, kepercayaan nasabah terhadap sistem akan tumbuh, yang berarti penggunaan aplikasi akan berkelanjutan dan loyalitas nasabah semakin kuat.

Selain itu, hasil ini mengimplikasikan pentingnya investasi dalam literasi digital dan keamanan layanan. Nasabah yang nyaman menggunakan mobile banking, namun tidak sepenuhnya memahami sistem atau meragukan keamanannya, tidak akan mudah membangun kepercayaan. Maka, peningkatan kenyamanan harus dibarengi dengan edukasi digital dan transparansi sistem keamanan.

Dari sisi pengembangan kebijakan, hasil ini memberi arah kepada regulator dan manajemen bank untuk merancang strategi penguatan ekosistem digital yang berpusat pada nasabah (*customer-centric digital banking*), di mana kenyamanan tidak hanya menjadi fitur teknis, tapi juga jembatan menuju kepercayaan dan kepuasan.

Jika dibandingkan dengan penelitian terdahulu, ditemukan variasi hasil: pada penelitian Suci & Dahlan, kepercayaan digital tidak selalu berpengaruh signifikan secara langsung terhadap kepuasan, namun kenyamanan terbukti memediasi pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan secara signifikan.<sup>49</sup> Sementara itu, penelitian lain di sektor e-commerce dan digital banking menunjukkan bahwa trust dapat menjadi mediator yang signifikan antara kualitas layanan (termasuk kenyamanan) dan kepuasan pelanggan, meskipun kekuatan mediasi sangat dipengaruhi oleh faktor kontekstual seperti teknologi, kecepatan layanan, dan pengalaman pengguna.<sup>50</sup> Namun, terdapat juga studi yang menemukan bahwa trust dan social influence tidak selalu berdampak signifikan

---

<sup>49</sup> Wulan Suci and Dahlan, 'The Effect Of Security And Trust On Mobile Banking Customer Satisfaction Mediated By Convenience Factors'.

<sup>50</sup> Abdelmoti Aburub and others, 'The Impact of Dropshipping Service Quality on Customer Satisfaction in Saudi Arabia: The Mediating Role of Customer Trust. A Study on E-Commerce Users', *Journal of Posthumanism*, 5.4 (2025), pp. 1576–98, doi:10.63332/joph.v5i4.1292.

pada pengalaman pelanggan atau loyalitas, sehingga efek mediasi trust bisa saja lemah atau tidak konsiste. Peran trust sebagai mediator antara kenyamanan dan kepuasan nasabah memang ditemukan dalam berbagai penelitian, namun kekuatannya cenderung moderat dan sangat dipengaruhi oleh konteks serta faktor pendukung lain.

#### 7. Peran Kepercayaan Digital Memediasi Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah.

Berdasarkan hasil pengujian jalur mediasi menggunakan pendekatan Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM), ditemukan bahwa kepercayaan digital memediasi secara kuat dan signifikan pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai Indirect Effect sebesar 0.256 dan nilai Z-Sobel sebesar 3.541, yang menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung tersebut sangat signifikan secara statistik.

Dengan demikian, kepercayaan digital memainkan peran dominan dalam menjembatani hubungan antara persepsi keamanan layanan dan kepuasan nasabah. Artinya, meskipun sistem dinilai aman, kepuasan baru akan meningkat secara optimal apabila nasabah juga merasakan adanya kepercayaan yang tinggi terhadap sistem digital yang digunakan oleh bank syariah.

Temuan ini menggarisbawahi bahwa persepsi keamanan saja tidak cukup untuk membentuk kepuasan, melainkan harus ditransformasikan menjadi kepercayaan digital yang kuat agar dapat berdampak positif secara penuh terhadap pengalaman pengguna. Keamanan yang konsisten, transparan, dan dapat dirasakan langsung

oleh nasabah akan memperkuat kepercayaan mereka terhadap platform digital, yang pada gilirannya mendorong tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

Berdasarkan teori kepercayaan digital, hasil penelitian ini bermakna bahwa keamanan digital yang dirasakan nasabah akan membentuk persepsi keandalan, integritas, dan kompetensi sistem, yang pada akhirnya menumbuhkan kepercayaan digital — yaitu keyakinan bahwa sistem digital (mobile banking) mampu bekerja sesuai ekspektasi, menjaga kerahasiaan data, dan meminimalisir risiko.

Menurut teori ini, kepercayaan digital merupakan jembatan psikologis antara kualitas teknis layanan (seperti keamanan) dan respon afektif pengguna (seperti kepuasan). Ketika sistem menunjukkan tingkat keamanan tinggi, pengguna akan merasa yakin dan nyaman dalam bertransaksi, mengurangi rasa khawatir terhadap pencurian data atau gangguan layanan. Rasa aman inilah yang memperkuat trust, dan trust inilah yang mendorong kepuasan terhadap pengalaman penggunaan mobile banking.<sup>51</sup> Artinya, tanpa terbentuknya kepercayaan digital, meskipun layanan dinilai aman secara teknis, nasabah belum tentu merasa puas, karena belum ada jaminan psikologis yang membuat mereka merasa yakin dan tenang saat menggunakan aplikasi. Maka dari itu, peran mediasi kepercayaan digital menjadi krusial dan strategis dalam penguatan kepuasan pelanggan di era perbankan syariah digital saat ini.

Dalam konteks saat ini, nasabah tidak hanya menilai layanan dari fitur yang disediakan, tetapi juga dari rasa aman terhadap perlindungan data pribadi,

---

<sup>51</sup> Muzayyana Khoirunnisa and Yudha Trishananto, 'Trust in Mediating The Relationship between Security and Feature Availability on Customer Statisfaction Using Mobile Banking', *Iqtishaduna*, 14.1 (2023), pp. 11–22, doi:10.20414/iqtishaduna.v14i1.6208.

stabilitas sistem, dan keandalan transaksi. Faktor eksternal, seperti meningkatnya kasus kejahatan siber, penipuan digital, dan insiden gangguan layanan—misalnya kasus drop sistem BSI pada Mei 2023—membentuk persepsi masyarakat bahwa keamanan adalah syarat mutlak sebelum seseorang merasa nyaman dan puas menggunakan layanan digital. Namun, keamanan teknis saja tidak cukup. Nasabah perlu meyakini bahwa sistem benar-benar mampu melindungi mereka. Keyakinan inilah yang disebut dengan kepercayaan digital, yang menjadi penghubung logis antara keamanan layanan dan kepuasan penggunaan. Secara faktual, ini menunjukkan bahwa nasabah menilai kepuasan secara subjektif berdasarkan perasaan aman yang bersumber dari kepercayaan, bukan semata-mata dari keberadaan fitur keamanan. Oleh karena itu, dalam dunia mobile banking syariah, investasi pada keamanan harus disertai komunikasi dan edukasi yang menumbuhkan trust, agar kepuasan nasabah dapat tercapai secara menyeluruh.

Temuan bahwa kepercayaan digital memediasi secara kuat dan signifikan pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah memiliki implikasi penting bagi pengembangan strategi layanan ke depan. Hal ini mengindikasikan bahwa upaya peningkatan keamanan digital yang dilakukan bank syariah harus disertai dengan pembangunan kepercayaan nasabah terhadap sistem dan komitmen institusi. Keamanan teknis saja tidak cukup apabila tidak dibarengi dengan persepsi positif terhadap kredibilitas, integritas, dan kemampuan sistem perbankan digital dalam menjaga data dan transaksi nasabah. Dengan tingkat kepercayaan yang tinggi, nasabah akan merasa lebih nyaman, loyal, dan puas menggunakan layanan mobile banking. Sebaliknya, jika

kepercayaan digital rendah, maka investasi bank dalam teknologi keamanan tidak akan memberikan dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu, membangun trust bukan hanya menjadi elemen pendukung, tetapi fondasi utama dalam menjaga keberlanjutan layanan perbankan digital syariah. Ke depan, bank syariah perlu merancang program literasi digital yang berorientasi pada peningkatan kesadaran keamanan dan transparansi sistem guna memperkuat kepercayaan digital sebagai kunci utama dalam mempertahankan kepuasan dan loyalitas nasabah.

Penelitian lain menemukan bahwa trust berperan penting dalam memediasi pengaruh kualitas layanan digital terhadap kepuasan, meskipun pada beberapa kasus kekuatan mediasi trust bisa bervariasi tergantung pada dimensi layanan dan konteks bank.<sup>52</sup> Di Malaysia, trust terbukti menjadi mediator parsial yang signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan serta loyalitas nasabah bank syariah.<sup>53</sup> Namun, ada juga penelitian yang menemukan bahwa trust tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jika tidak didukung oleh kualitas layanan digital yang memadai.<sup>54</sup> Hasil penelitian ini memperkuat bukti bahwa kepercayaan digital merupakan kunci utama dalam menghubungkan keamanan layanan dengan kepuasan nasabah di sektor perbankan syariah, dan kekuatan

---

<sup>52</sup> . Fadila, Andika Saputra, and Citra Etika, 'Integration of Digital-Based Banking Services on Customer Satisfaction (Study of Indonesian Islamic Banks)', *KnE Social Sciences*, 2024 (2024), pp. 626–44, doi:10.18502/kss.v9i16.16278.

<sup>53</sup> Razali Haron, Noradilah Abdul Subar, and Khairunisah Ibrahim, 'Service Quality of Islamic Banks: Satisfaction, Loyalty and the Mediating Role of Trust', *Islamic Economic Studies*, 28.1 (2020), doi:10.1108/ies-12-2019-0041.

<sup>54</sup> ., Saputra, and Etika, 'Integration of Digital-Based Banking Services on Customer Satisfaction (Study of Indonesian Islamic Banks)'.

mediasi yang ditemukan cenderung lebih tinggi dibandingkan beberapa studi sebelumnya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kemudahan akses tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada bank syariah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien jalur sebesar 0,132 dengan p-value 0,058, yang berada di atas ambang signifikansi 0,05. Meskipun arah hubungan positif, pengaruhnya belum cukup kuat secara statistik untuk menyatakan bahwa kemudahan akses mampu meningkatkan kepuasan nasabah secara langsung.
2. Kenyamanan juga tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien jalur sebesar 0,041 dengan p-value 0,700 menunjukkan bahwa kenyamanan dalam penggunaan aplikasi belum cukup memadai sebagai faktor tunggal dalam meningkatkan kepuasan. Hal ini mengisyaratkan bahwa kenyamanan lebih berperan secara tidak langsung, khususnya melalui jalur mediasi kepercayaan digital.
3. Keamanan digital pun tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,072 dan p-value 0,537, dapat disimpulkan bahwa persepsi keamanan, meskipun penting, belum cukup untuk mendorong peningkatan kepuasan

tanpa dibarengi oleh faktor kepercayaan atau pengalaman pengguna yang lebih menyeluruh.

4. Kepercayaan digital tidak memediasi secara signifikan pengaruh kemudahan akses terhadap kepuasan nasabah. Nilai indirect effect sebesar 0,077 dan Z-Sobel 1,502 menunjukkan bahwa efek mediasi lemah dan tidak signifikan. Ini mengindikasikan bahwa meskipun akses yang mudah dapat membangun kepercayaan digital, pengaruh tersebut tidak cukup kuat untuk berdampak signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui jalur tersebut.
5. Kepercayaan digital memediasi pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan nasabah secara sedang dan mendekati signifikan. Nilai indirect effect sebesar 0,099 dengan Z-Sobel 1,698 menunjukkan bahwa kenyamanan berkontribusi terhadap kepuasan melalui peningkatan kepercayaan digital, meski belum sepenuhnya signifikan secara statistik. Temuan ini mengarah pada kemungkinan bahwa kepercayaan digital menjadi jalur penting dalam memperkuat dampak kenyamanan terhadap kepuasan.
6. Kepercayaan digital terbukti secara kuat dan signifikan memediasi pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah. Nilai indirect effect sebesar 0,256 dan Z-Sobel 3,541 memberikan bukti bahwa persepsi terhadap keamanan mampu membangun kepercayaan digital yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan secara substansial. Ini menjadikan kepercayaan digital sebagai jalur mediasi paling dominan dalam penelitian ini.

7. *Peran Kepercayaan Digital Memediasi Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah*”, menunjukkan bahwa kepercayaan digital terbukti berperan sebagai mediator yang kuat dan signifikan. Hasil pengujian memperlihatkan nilai Indirect Effect sebesar 0,256 dengan Z-Sobel 3,541 ( $p < 0,01$ ), yang berarti pengaruh keamanan terhadap kepuasan nasabah sepenuhnya dimediasi oleh kepercayaan digital. Artinya, meskipun keamanan merupakan faktor penting, persepsi aman dari sisi teknis saja tidak langsung meningkatkan kepuasan nasabah. Kepuasan baru tercapai ketika rasa aman tersebut berhasil membentuk trust yang kokoh terhadap layanan mobile banking syariah. Dengan kata lain, keamanan digital hanya akan berdampak pada kepuasan apabila diinternalisasi terlebih dahulu oleh nasabah dalam bentuk kepercayaan digital. Temuan ini menegaskan bahwa trust menjadi kunci utama yang menghubungkan pengalaman aman dengan kepuasan emosional, fungsional, dan spiritual nasabah dalam penggunaan layanan perbankan syariah berbasis digital.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian ini, maka beberapa saran yang dapat disampaikan untuk pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah, disarankan untuk memprioritaskan pembangunan kepercayaan digital nasabah melalui strategi pelayanan berbasis transparansi, keamanan berstandar tinggi, serta integrasi nilai-nilai syariah dalam setiap fitur aplikasi. Upaya ini dapat diwujudkan melalui

penyediaan informasi akad yang jelas, fitur pelaporan real-time, serta jaminan perlindungan data yang dikomunikasikan secara terbuka kepada nasabah.

2. Meskipun kemudahan akses dan kenyamanan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan, kedua faktor ini tetap penting sebagai pemicu awal pembentukan kepercayaan digital. Oleh karena itu, bank syariah sebaiknya terus melakukan pengembangan user interface (UI) dan user experience (UX) yang responsif, ramah pengguna, dan adaptif terhadap kebutuhan generasi digital yang kian dinamis.
3. Mengingat keamanan menjadi jalur mediasi paling dominan, maka perlu dilakukan peningkatan sistem keamanan digital secara berkelanjutan, tidak hanya secara teknis, tetapi juga dalam hal persepsi. Edukasi kepada nasabah tentang sistem keamanan yang digunakan bank dapat memperkuat rasa aman dan mendorong kepercayaan lebih tinggi.
4. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel eksternal seperti reputasi bank, nilai religiusitas nasabah, atau persepsi terhadap kepatuhan syariah, yang kemungkinan besar dapat memperkuat pemahaman terhadap faktor-faktor pembentuk kepuasan. Selain itu, penggunaan metode kualitatif atau pendekatan campuran (mixed methods) juga dapat memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai pengalaman nasabah dalam menggunakan layanan digital bank syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- . Fadila, Andika Saputra, And Citra Etika, 'Integration Of Digital-Based Banking Services On Customer Satisfaction (Study Of Indonesian Islamic Banks)', *Kne Social Sciences*, 2024 (2024), Pp. 626–44, Doi:10.18502/Kss.V9i16.16278
- A., Viola Yarmanti, Alek Wissalam Bustami, And Adam Muhammad Ardo, 'Islamic Banking Innovation And Customer Satisfaction: A Case Study Of Indonesia And Nigeria', *Banco: Jurnal Manajemen Dan Perbankan Syariah*, 7.1 Se-Articles (2025), Doi:10.35905/Banco.V7i1.11018
- Abdul Sathar, Meharaj Banu, And Others, 'A Moderated-Mediation Model Of Perceived Enjoyment, Security And Trust On Customer Satisfaction: Evidence From Banking Industry In India', *Journal Of Asia Business Studies*, 17.3 (2023), Doi:10.1108/Jabs-03-2022-0089
- Aburub, Abdelmoti, And Others, 'The Impact Of Dropshipping Service Quality On Customer Satisfaction In Saudi Arabia: The Mediating Role Of Customer Trust. A Study On E-Commerce Users', *Journal Of Posthumanism*, 5.4 (2025), Pp. 1576–98, Doi:10.63332/Joph.V5i4.1292
- Ahamed Hilmy, Hayathu Mohamed, And Iqbal Saujan, 'Customer Satisfaction On Digital Banking Services: Evidence From Islamic Financial Institutions In Sri Lanka', *Journal Of Islamic Economic Laws*, 8.01 (2025), Pp. 41–59, Doi:10.23917/Jisel.V8i01.7099
- Almaiah, Mohammed Amin, And Others, 'Investigating The Effect Of Perceived Security, Perceived Trust, And Information Quality On Mobile Payment Usage Through Near-Field Communication (Nfc) In Saudi Arabia', *Electronics (Switzerland)*, 11.23 (2022), Doi:10.3390/Electronics11233926
- Andrian, Bramanthyo, And Others, 'Sentiment Analysis On Customer Satisfaction Of Digital Banking In Indonesia', *International Journal Of Advanced Computer Science And Applications*, 13.3 (2022), Doi:10.14569/Ijacs.2022.0130356
- B. Sukmawati, Waluyo, 'Analisis Transaksi Mobile Banking Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Nasabah Bsi Soloraya', *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 9.204 (2024), Pp. 210–20
- Bahtiar, Siti, And Others, 'Analisis Layanan Digital Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah Di Kabupaten Jepara', *Wahana Islamika: Jurnal Studi Keislaman Vol.*, 10.2 (2024), Pp. 1–14
- Brelih, Anja, And Robert Klinc, 'Building Digital Trust In Cde-Based Bim Workflows: Key Strategies', *Journal Of Information Technology In Construction*, 30.January (2025), Pp. 524–43,

Doi:10.36680/J.Itcon.2025.022

- Chen, James K.C., And Others, 'How Digital Payment Applications And Digital Trust Response Industry 5.0', In *Acm International Conference Proceeding Series*, 2022, Doi:10.1145/3568834.3568906
- Chetioui, Youssef, Hind Lebdaoui, And Nisrine Hafid, 'Mobile Banking Usage In The Postpandemic Era: Demystifying The Disparities Among Divergent User Segments In A Majority-Muslim Country', *Journal Of Islamic Marketing*, 14.12 (2023), Doi:10.1108/Jima-08-2022-0232
- Darmalaksana, Wahyudin, 'The Need For Social Theology To Strengthen The Social Functions Of Islamic Banking In Indonesia', *Hts Teologiese Studies / Theological Studies*, 78.1 (2022), Doi:10.4102/Hts.V78i1.7342
- Diana Sri Putri Anjani, And Ida Jalilah Fitria, 'Analysis Of Perceived Ease Of Use And Perceived Of Usefulness To Enchance Customer Interest In Using Bca Mobile Banking', *Journal Of Management Analytical And Solution (Jomas)*, 3.3 (2023), Doi:10.32734/Jomas.V3i3.12237
- Dina Nudia Ahsanah, Muhammad Syahbudi, And Ahmad Syakir, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Kemudahan Mobile Banking Muamalat Din Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kcu Medan Baru', *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 1.5 (2024), Pp. 01–17, Doi:10.61132/Jiesa.V1i5.404
- Fadila, Ilmi, 'Pengaruh Akses Digital Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Bsi Kcp Ratulangi Kota Palopo) (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo).', 2024
- Fakhrunnas, Faaza, And Mohammad Bekti Hendrie Anto, 'Assessing The Islamic Banking Contribution To Financial Stability In Indonesia: A Non-Linear Approach', *Banks And Bank Systems*, 18.1 (2023), Doi:10.21511/Bbs.18(1).2023.13
- Febriandika, Nur Rizqi, And Others, 'Determinants Of Consumer Adoption Of Islamic Mobile Banking Services In Indonesia', *Banks And Bank Systems*, 18.4 (2023), Doi:10.21511/Bbs.18(4).2023.04
- Fitri Fadilah Widyaputri, And Edy Yusuf Agung Gunanto, 'Shariah Mobile Banking Adoption Trends: Analysis Mob Mentality, Reputation, Perceived Risk, And Islamic Financial Literacy', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 10.5 (2023), Doi:10.20473/Vol10iss20235pp482-495
- Fujianti, Lailah, And Others, 'Syariah Governance And Disclosure Islamic Corporate Social Responsibility: A Comparative Study Of Indonesian And Malaysian Islamic Banking', *Journal Of Economics And Business*, 6.2 (2023), Doi:10.31014/Aior.1992.06.02.504
- Gunawan, Dhiajeng Aroma, Yuni Istanto, And Titik Kusmantini, 'Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Satisfaction Dan E-Loyalty Nasabah Pengguna Mobile Banking Bpd Diy', *Jurnal Muhammadiyah*

*Manajemen Bisnis*, 4.2 (2023), Doi:10.24853/Jmmb.4.2.55-62

- Hardi, Ario Barnas, And Others, 'User Experience Analysis On Mobile Banking Applications With System Usability Scale And Usability Testing', In *2023 Ieee 9th International Conference On Computing, Engineering And Design, Icced 2023*, 2023, Doi:10.1109/Icced60214.2023.10424703
- Haron, Razali, Noradilah Abdul Subar, And Khairunisah Ibrahim, 'Service Quality Of Islamic Banks: Satisfaction, Loyalty And The Mediating Role Of Trust', *Islamic Economic Studies*, 28.1 (2020), Doi:10.1108/Ies-12-2019-0041
- John, Jomina, And K. John Singh, 'Predictive Digital Twin Driven Trust Model For Cloud Service Providers With Fuzzy Inferred Trust Score Calculation', *Journal Of Cloud Computing*, 13.1 (2024), Doi:10.1186/S13677-024-00694-W
- Kartika, Garini, And Segaf Segaf, 'Kombinasi Peran Model Tam Dan Carter Terhadap Optimalisasi Kepuasan Nasabah Mobile Syariah Banking Di Masa Pandemi Covid-19', *Manajerial*, 9.02 (2022), Doi:10.30587/Jurnalmanajerial.V9i02.3969
- Khoirunnisa, Muzayyana, And Yudha Trishananto, 'Trust In Mediating The Relationship Between Security And Feature Availability On Customer Satisfaction Using Mobile Banking', *Iqtishaduna*, 14.1 (2023), Pp. 11–22, Doi:10.20414/Iqtishaduna.V14i1.6208
- Kim, Dan J., Donald L. Ferrin, And H. Raghav Rao, 'Trust And Satisfaction, Two Stepping Stones For Successful E-Commerce Relationships: A Longitudinal Exploration', *Information Systems Research*, 20.2 (2009), Doi:10.1287/Isre.1080.0188
- Kumar, Poonam, And Others, 'A Meta-Analysis Of Trust In Mobile Banking: The Moderating Role Of Cultural Dimensions', *International Journal Of Bank Marketing*, 41.6 (2023), Doi:10.1108/Ijbm-02-2022-0075
- Laely, Nur, And Others, 'The Impact Of Perception (Advantage, Ease Of Use, Benefit) On Digital Banking Customer Satisfaction Mediated By Customer Experience', *International Journal Of Social Science And Human Research*, 7.01 (2024), Doi:10.47191/Ijsshr/V7-I01-85
- Miao, Miao, And Others, 'The Influence Of E-Customer Satisfaction, E-Trust And Perceived Value On Consumer's Repurchase Intention In B2c E-Commerce Segment', *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 34.10 (2022), Doi:10.1108/APjml-03-2021-0221
- Mointi, Renny, And Oktovianus Sawu, 'Promosi Cashback, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Dalam Pelayanan E-Commerce (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia)', *Yume: Journal Of Management*, 6.1 (2023), Doi:10.37531/Yum.V6i1.3547
- Mukarromah, Lukluil, And Joko Setyono, 'Mobile Banking Adoption:

- Development Of The Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology 2 (Utaut 2) On Bsi Customers In Riau Province', *Jurnal Bisnis Strategi*, 33.2 (2024), Pp. 158–72, Doi:10.14710/Jbs.33.2.158-172
- Mulazid, Ade Sofyan, And Fatmawati Fatmawati, 'Finding Customer Satisfaction And Loyalty Factors In Islamic Bank Digital Users', *Maliki Islamic Economics Journal*, 3.1 (2023), Pp. 19–31, Doi:10.18860/Miec.V3i1.21240
- Munawara, 'Evektivitas Penggunaan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Studi Kasus Nasabah Bank Syariah Indonesia Kcp Ratulangi Palopo', 2022, Pp. 2–3  
<[Http://Repository.Iainpalopo.Ac.Id/Id/Eprint/5740/1/Munawara.Pdf](http://Repository.Iainpalopo.Ac.Id/Id/Eprint/5740/1/Munawara.Pdf)>
- Mursyid, And Others, 'Performance Analysis Of Sharia And Conventional Banks With Maqashid Sharia: Case Study Of Indonesia And Malaysia In 2016-2020', *Journal Of Southwest Jiaotong University*, 57.4 (2022), Doi:10.35741/Issn.0258-2724.57.4.26
- Nasution, Juliana, Saparuddin Siregar, And Sugianto Sugianto, 'Digitalization Of Sharia Banking: The Influence Of Self Service Technology On The Satisfaction Of Millenial Customers', *Journal Of Finance And Islamic Banking*, 5.1 (2023), Pp. 63–81, Doi:10.22515/Jfib.V5i1.4813
- Oguntimilehin, A., And Others, 'Mobile Banking Transaction Authentication Using Deep Learning', In *Proceedings Of The 5th International Conference On Information Technology For Education And Development: Changing The Narratives Through Building A Secure Society With Disruptive Technologies*, Ited 2022, 2022, Doi:10.1109/Ited56637.2022.10051553
- Qatawneh, Adel M., And Mohammed Hassan Makhlof, 'Influence Of Smart Mobile Banking Services On Senior Banks' Clients Intention To Use: Moderating Role Of Digital Accounting', *Global Knowledge, Memory And Communication*, 2023, Doi:10.1108/Gkmc-01-2023-0018
- Rahmi, Ridha Aulia, And Putu Wuri Handayani, 'The Influence Of Users' Perspective Factors On Mobile Banking Adoption In Indonesia', *Journal Of Science And Technology Policy Management*, 2023, Doi:10.1108/Jstpm-01-2022-0008
- Rozie, Vahrul, Anna Sardiana, And Puspita Puspita, 'A Short Review Of Customer Satisfaction On Mobile Banking Service Quality Of Islamic Banks', *Paradigma*, 20.1 (2023), Doi:10.33558/Paradigma.V20i1.5934
- Said, Laila Refiana, Nelly Puspasari, And Rusniati Rusniati, 'The Effect Of Mobile Banking E-Service On Positive Word-Of-Mouth Marketing And Customers: A Case Study Of South Kalimantan Bank In Indonesia', *Economic Annals-Xxi*, 198.7–8 (2022), Doi:10.21003/Ea.V198-01
- Sudarsono, Heri, And Others, 'Examining The Adoption Of Mobile Banking: Empirical Evidence From Indonesian Muslim Students', *Banks And Bank*

- Systems*, 17.2 (2022), Doi:10.21511/Bbs.17(2).2022.12
- Supardi, Supardi, And Others, 'Analisis Penerapan Gcg Dalam Perspektif Syariat Islam Pada Bank Muamalat Indonesia', *Al-Wasathiyah: Journal Of Islamic Studies*, 2.2 (2022), Doi:10.56672/Alwasathiyah.V2i2.61
- Suryani, Swastika, And Komsu Koranti, 'Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Keamanan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Sikap Pengguna E-Commerce', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27.2 (2022), Pp. 183–98, Doi:10.35760/Eb.2022.V27i2.5189
- Thielsch, Meinald T., Sarah M. Meeßen, And Guido Hertel, 'Trust And Distrust In Information Systems At The Workplace', *Peerj*, 2018.9 (2018), Doi:10.7717/Peerj.5483
- Usman, Osly, Prasasti Ajeng Iselmi, And Nadya Fadillah Fidhyallah, 'Factors Affecting Loyalty In Mobile Banking: A Case Study On Bsi Mobile Customers', *International Journal Of Applied Economics, Finance And Accounting*, 18.1 (2024), Pp. 180–91, Doi:10.33094/Ijaefa.V18i1.1341
- Utama, Indra, Farma Andiansyah, And Edi Jamaris, 'Analisis Tingkat Kepatuhan Syariah Pada Bank Central Asia Syariah (Bcas)', *Ijma (Indonesian Journal Of Management And Accounting)*, 4.2 (2023), Doi:10.21927/Ijma.2023.4(2).283-295
- Venkatraman, Sitalakshmi, And Sazia Parvin, 'Developing An Iot Identity Management System Using Blockchain', *Systems*, 10.2 (2022), Doi:10.3390/Systems10020039
- Wulan Suci, Fimi Catur, And Kandi Sofia Senastri Dahlan, 'The Effect Of Security And Trust On Mobile Banking Customer Satisfaction Mediated By Convenience Factors', *Journal Of Social Science (Joss)*, 2.10 (2023), Doi:10.57185/Joss.V2i10.144
- Wulandari, Sri, Keni Keni, And Ai Ping Teoh, 'Pengaruh Relative Advantage Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Attitude Dengan Trust Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7.1 (2023), Doi:10.24912/Jmieb.V7i1.21228
- Yen, Yuen Yee, And Dianne Goh Ming Hui, 'Influencing Mobile Banking Acceptance Among Consumers In Malaysia', *Asian Economic And Financial Review*, 13.11 (2023), Doi:10.55493/5002.V13i11.4865

**L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N**



**KUESIONER PENELITIAN**

**PERAN KEPERCAYAAN DIGITAL SEBAGAI MEDIATOR PENGARUH**

**KEMUDAHAN AKSES, KENYAMANAN, DAN KEAMANAN**

**TERHADAP KEPUASAN NASABAH MOBILE BANKING**

**PADA BANK SYARIAH**

Kepada Yth:

Saudara/I Responden

Di tempat

Dengan Hormat

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan studi program S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Palopo (UIN PALOPO) dengan judul penelitian “Peran Kepercayaan Digital Sebagai Mediator Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Syariah” maka saya mohon kesediaan bapak/ibu, saudara/i sekalian (Pengguna Mobile Banking Bank Syariah) untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan oleh karena itu dimohon kesediaannya untuk mengisi/menjawab pernyataan ini dengan sejujur-jujurnya dan sebenar-benarnya. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah saja.

Atas kerjasamanya yang baik dan kesungguhan bapak/ibu, saudara/i sekalian (Pengguna Mobile Banking Bank Syariah) yang telah mengisi kuesioner ini, di ucapkan terima kasih.

### **Identitas Responden**

Nama : .....

Usia : .....

Jenis kelamin : .....

Pekerjaan : .....

Pendapatan bulanan : .....

### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Saudara/I diminta untuk memberi tanda ceklis (✓) pada salah satu skala 1-4 yang tersedia pada kolom disamping pernyataan untuk menentukan seberapa setuju bapak/ibu, saudara/i sekalian mengenai hal-hal dalam pernyataan tersebut.

Jika menurut bapak/ibu, saudara/i sekalian tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban yang paling mendekati dapat diberikan pada pilihan berikut:

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3.	Setuju	3
4.	Sangat Setuju	4

**Kemudahan Akses (X<sub>1</sub>)**

No.	Pernyataan	Ket			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya dapat dengan mudah mengakses aplikasi mobile banking syariah.				
2.	Aplikasi mobile banking mudah ditemukan di toko aplikasi.				
3'	Navigasi pada aplikasi mudah dipahami.				
4.	Aplikasi dapat digunakan kapan saja sesuai kebutuhan saya.				
5.	Aplikasi dapat diakses dengan cepat tanpa hambatan berarti.				
6.	Saya tidak mengalami kesulitan saat pertama kali menggunakan aplikasi.				

**Kenyamanan (X<sub>2</sub>)**

No.	Pernyataan	Ket			
		STS	TS	S	SS
1.	Tampilan antarmuka aplikasi menyenangkan secara visual.				
2.	Saya merasa nyaman menggunakan aplikasi untuk berbagai transaksi.				
3'	Aplikasi tidak sering mengalami gangguan/error saat digunakan.				
4.	Informasi yang disajikan pada aplikasi mudah dipahami.				
5.	Proses transaksi melalui aplikasi				

	berlangsung cepat dan efisien.				
6.	Saya merasa puas dengan pengalaman penggunaan aplikasi secara keseluruhan.				

### Keamanan (X3)

No.	Pernyataan	Ket			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa aman saat memasukkan informasi pribadi di aplikasi mobile banking.				
2.	Aplikasi menggunakan sistem otentikasi ganda (seperti PIN/OTP).				
3.	Saya yakin bahwa data saya terlindungi dengan baik oleh aplikasi.				
4.	Saya tidak pernah mengalami kebocoran data melalui aplikasi ini.				
5.	Aplikasi memberikan pemberitahuan keamanan saat terjadi aktivitas mencurigakan.				
6.	Saya percaya aplikasi telah menerapkan sistem keamanan sesuai standar perbankan.				

### Kepercayaan Digital (M)

No.	Pernyataan	Ket			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya percaya bahwa aplikasi mobile				

	banking ini dapat diandalkan.				
2.	Saya percaya bahwa transaksi saya akan diproses dengan benar oleh sistem aplikasi.				
3.	Saya yakin bank tidak akan menyalahgunakan data pribadi saya.				
4.	Saya percaya aplikasi ini tidak akan membahayakan data saya.				
5.	Saya percaya bahwa bank syariah menjaga integritas dan transparansi layanannya.				
6.	Saya merasa yakin untuk terus menggunakan layanan digital bank syariah ini.				

#### Kepuasan Nasabah (Y)

No.	Pernyataan	Ket			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya merasa puas menggunakan layanan mobile banking syariah.				
2.	Layanan aplikasi sesuai dengan harapan saya.				
3.	Saya merasa terbantu dalam melakukan transaksi keuangan melalui aplikasi.				
4.	Saya akan terus menggunakan aplikasi ini di masa mendatang.				
5.	Saya akan merekomendasikan aplikasi ini kepada orang lain.				
6.	Secara keseluruhan, saya puas dengan				

	kualitas layanan digital bank syariah yang saya gunakan.				
--	----------------------------------------------------------	--	--	--	--

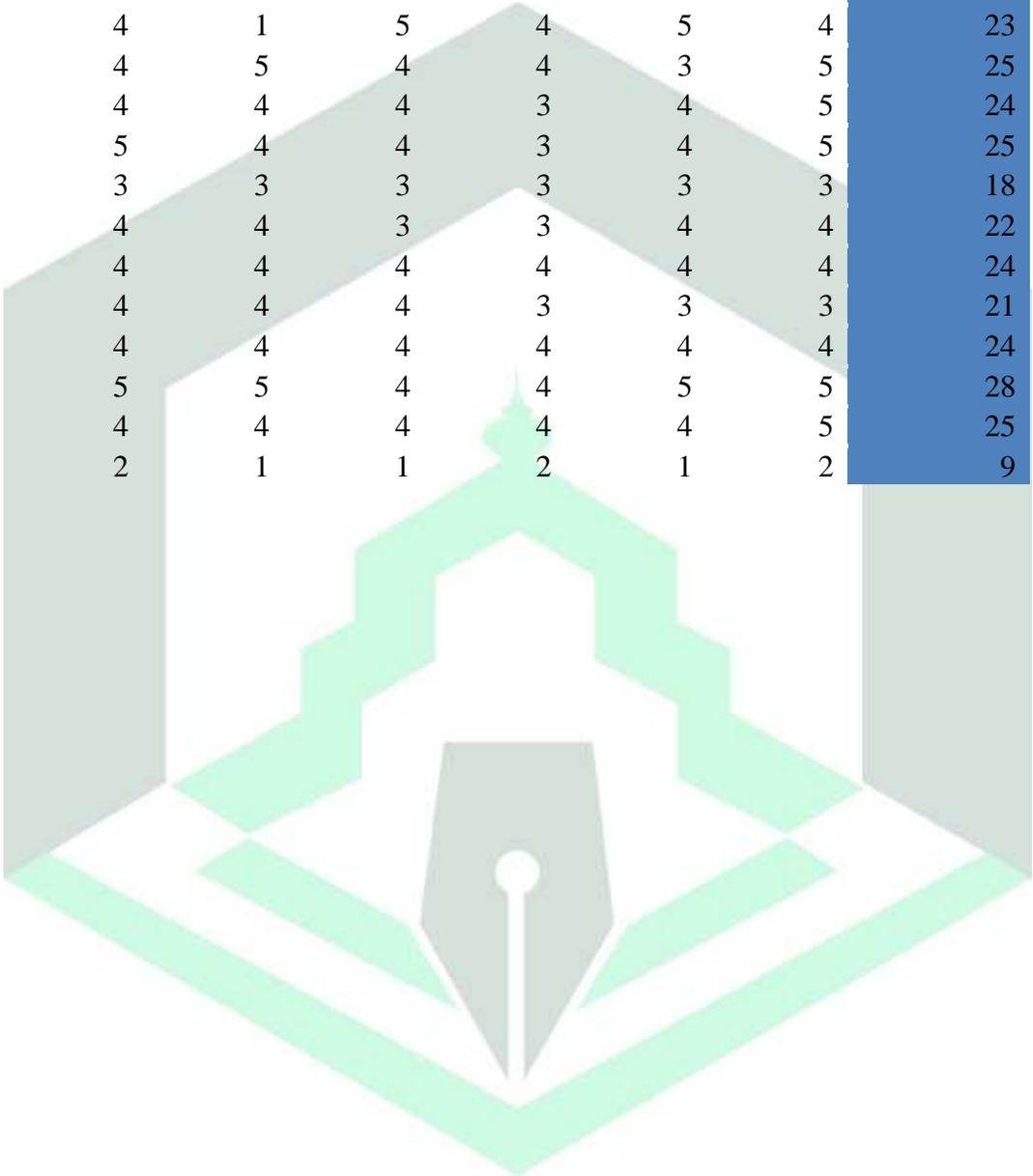


## TABULASI DATA

Kemudahan Akses (X1)						TOTAL
2	1	1	1	1	1	7
3	4	4	4	4	5	24
4	4	5	5	5	4	27
3	3	2	1	2	3	14
5	4	4	4	5	5	27
4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	3	4	5	24
4	3	4	4	4	4	23
5	5	5	4	4	5	28
5	5	4	4	4	5	27
1	2	3	4	2	4	16
5	4	4	2	3	3	21
4	4	4	5	3	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	4	3	4	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	3	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	2	2	2	2	2	14
5	5	5	5	5	5	30
4	2	3	2	3	2	16
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25
3	4	4	3	4	4	22
3	3	3	3	3	2	17
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	4	4	4	27
4	4	3	2	2	2	17
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24

4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	3	4	4	25
2	5	3	5	5	5	25
4	4	4	4	2	4	22
5	5	5	5	4	5	29
1	1	1	5	1	5	14
5	4	4	3	4	5	25
4	4	5	4	5	5	27
4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	2	3	17
2	2	2	4	3	3	16
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	3	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	2	4	2	4	20
4	4	4	4	4	4	24
2	2	1	1	1	1	8
4	4	4	4	5	5	26
1	1	1	1	2	1	7
3	5	5	4	3	5	25
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	5	25
5	4	4	4	3	5	25
4	4	3	4	4	5	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
2	2	1	3	2	2	12
4	4	4	2	4	4	22
4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	3	4	5	25
4	3	4	4	3	4	22
4	3	4	4	4	4	23
4	4	3	3	3	5	22
5	4	1	1	4	4	19
4	3	4	3	4	3	21
5	4	5	4	5	5	28

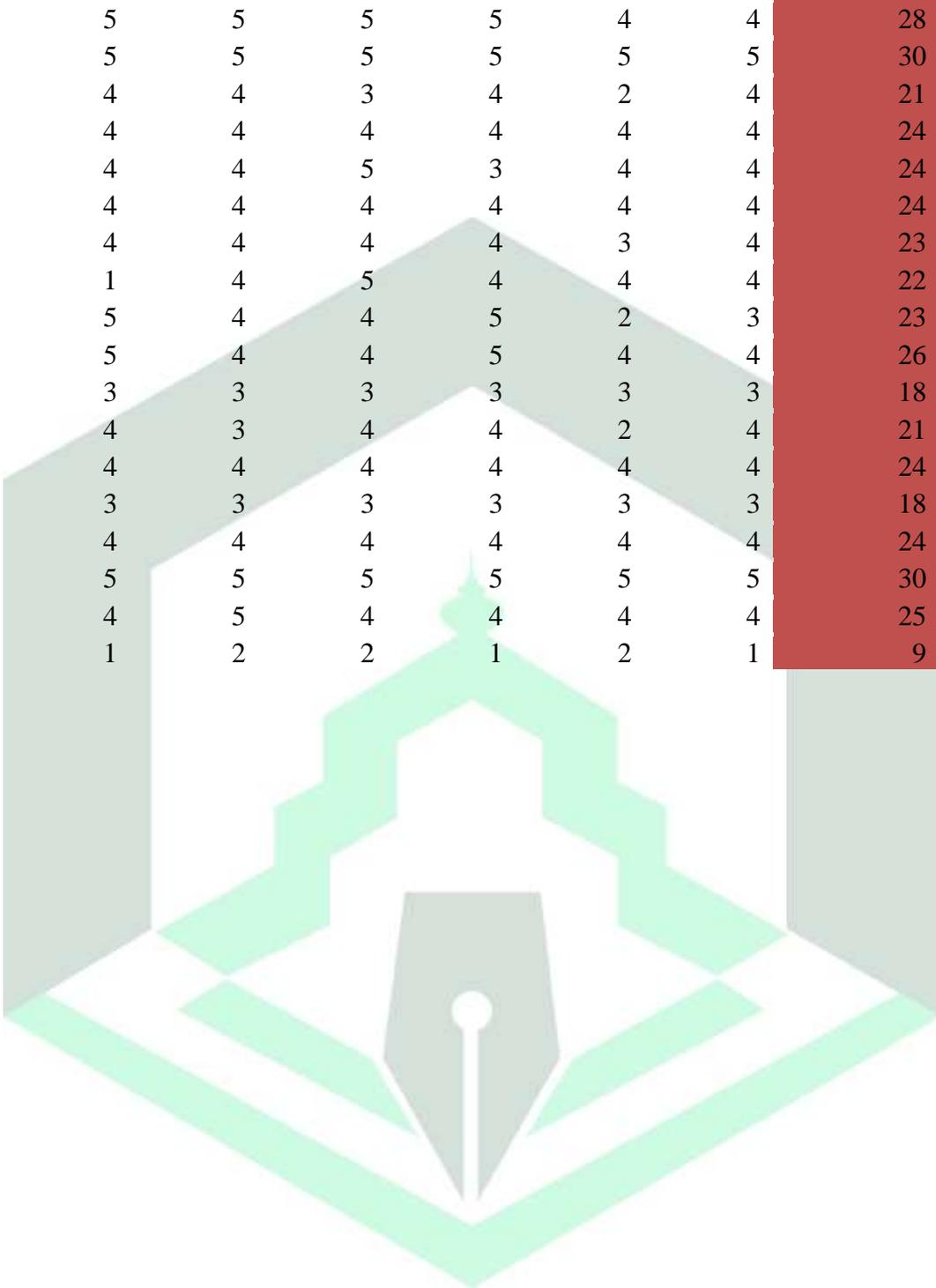
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	1	5	4	5	4	23
4	5	4	4	3	5	25
4	4	4	3	4	5	24
5	4	4	3	4	5	25
3	3	3	3	3	3	18
4	4	3	3	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	3	21
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	5	25
2	1	1	2	1	2	9



Kenyanaman (X2)						TOTAL
1	1	1	1	1	1	6
4	4	3	5	4	4	24
5	4	5	5	4	4	27
3	3	3	3	3	3	18
4	4	5	5	4	5	27
4	5	5	4	4	4	26
5	5	4	5	2	4	25
4	4	3	4	4	4	23
5	5	5	5	4	4	28
5	5	4	5	3	4	26
3	5	3	4	3	5	23
3	3	3	3	3	3	18
5	4	5	5	4	3	26
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	4	3	4	26
5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	4	4	3	21
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	2	3	13
5	5	5	5	5	5	30
3	2	3	2	3	2	15
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	3	3	4	22
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	2	3	2	5	2	17
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	26

5	4	5	4	4	5	27
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	4	29
1	1	1	1	1	1	6
4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	2	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
5	4	3	4	5	4	25
4	3	4	2	2	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	2	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	2	2	4	2	2	16
5	4	4	4	4	4	25
1	1	1	1	1	1	6
5	4	5	5	4	4	27
1	1	1	1	1	1	6
5	3	5	5	4	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	3	4	24
5	3	3	4	2	3	20
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
1	1	4	2	2	3	13
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	4	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	3	4	23
2	2	3	2	2	2	13
4	3	4	3	4	3	21
5	4	5	5	4	5	28

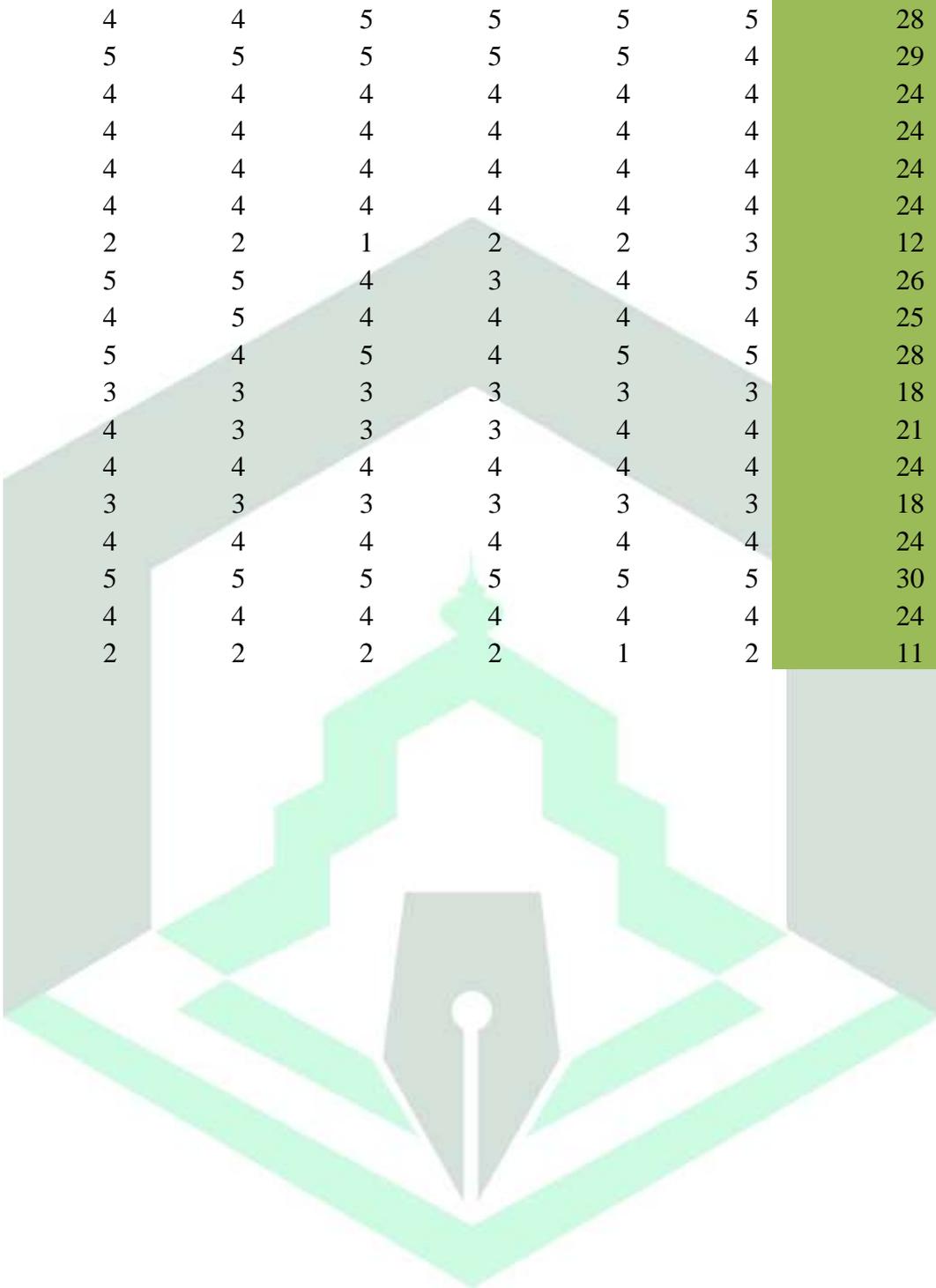
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	3	4	2	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	3	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	3	4	23
1	4	5	4	4	4	22
5	4	4	5	2	3	23
5	4	4	5	4	4	26
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	4	2	4	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	4	25
1	2	2	1	2	1	9



Keamanan (X3)						TOTAL
1	1	1	1	1	1	6
4	5	4	4	5	5	27
3	4	5	5	4	4	25
3	3	3	3	2	2	16
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	4	4	4	26
3	4	3	3	3	4	20
3	3	3	3	3	3	18
5	5	3	3	4	5	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	3	4	3	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	5	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	2	1	2	3	4	16
5	5	5	5	5	5	30
3	2	3	2	3	3	16
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	4	3	21
2	4	3	3	4	3	19
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
4	5	2	4	4	2	21
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	3	4	26

4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	29
1	1	1	1	1	1	6
5	5	4	2	5	4	25
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	3	3	3	18
5	4	5	4	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	2	4	4	4	4	22
4	4	4	4	5	3	24
1	1	1	1	1	1	6
5	5	5	4	4	4	27
1	1	1	1	1	1	6
5	5	5	4	5	4	28
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	22
5	5	4	3	4	3	24
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	2	2	1	1	1	10
4	4	4	5	4	4	25
5	5	5	5	4	5	29
4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	4	4	23
1	1	1	1	1	1	6
4	4	3	3	4	3	21
5	5	5	4	5	5	29

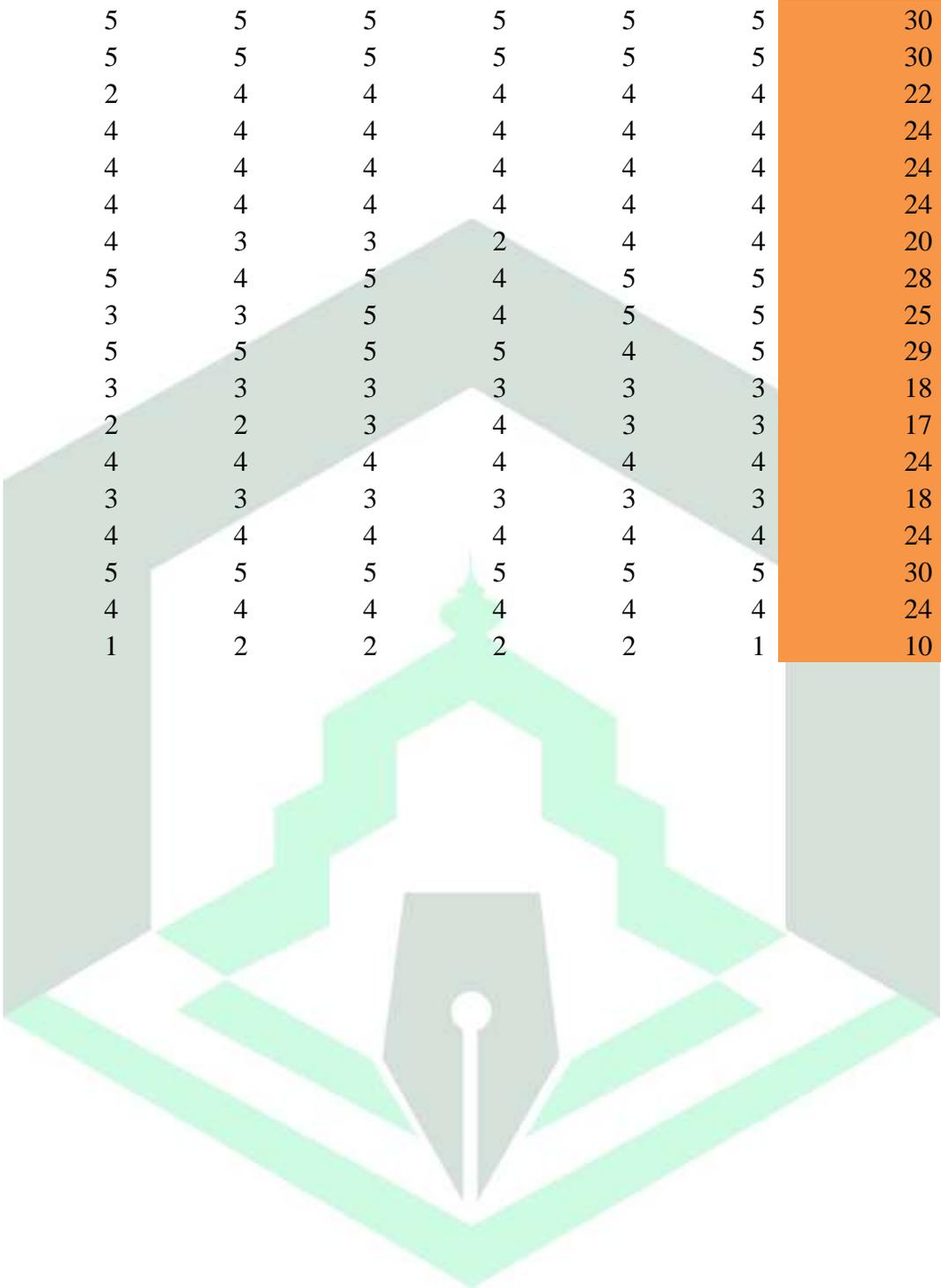
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	4	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	2	1	2	2	3	12
5	5	4	3	4	5	26
4	5	4	4	4	4	25
5	4	5	4	5	5	28
3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	1	2	11



Kepercayaan Digital (M)						TOTAL
1	1	3	2	2	2	11
2	2	5	4	3	4	20
4	5	4	4	4	5	26
3	3	3	4	4	4	21
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	3	4	21
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	24
2	1	4	4	2	3	16
3	3	3	3	3	3	18
3	4	4	5	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	3	5	23
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
2	2	4	4	3	1	16
5	5	5	5	5	5	30
2	3	2	3	2	3	15
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	4	4	21
3	3	2	3	3	3	17
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	4	5	29

5	5	4	4	4	4	26
5	5	5	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	5	28
1	1	1	1	1	1	6
4	3	3	5	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	3	3	3	17
3	3	3	3	3	3	18
5	5	4	5	5	5	29
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	2	20
3	3	4	4	4	4	22
1	1	1	1	1	1	6
5	4	4	4	4	4	25
1	1	1	1	1	1	6
3	4	4	4	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
4	4	3	3	3	3	20
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
1	3	2	2	2	3	13
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	4	4	4	4	22
2	2	2	2	1	1	10
4	3	5	3	4	3	22
5	5	5	5	5	5	30

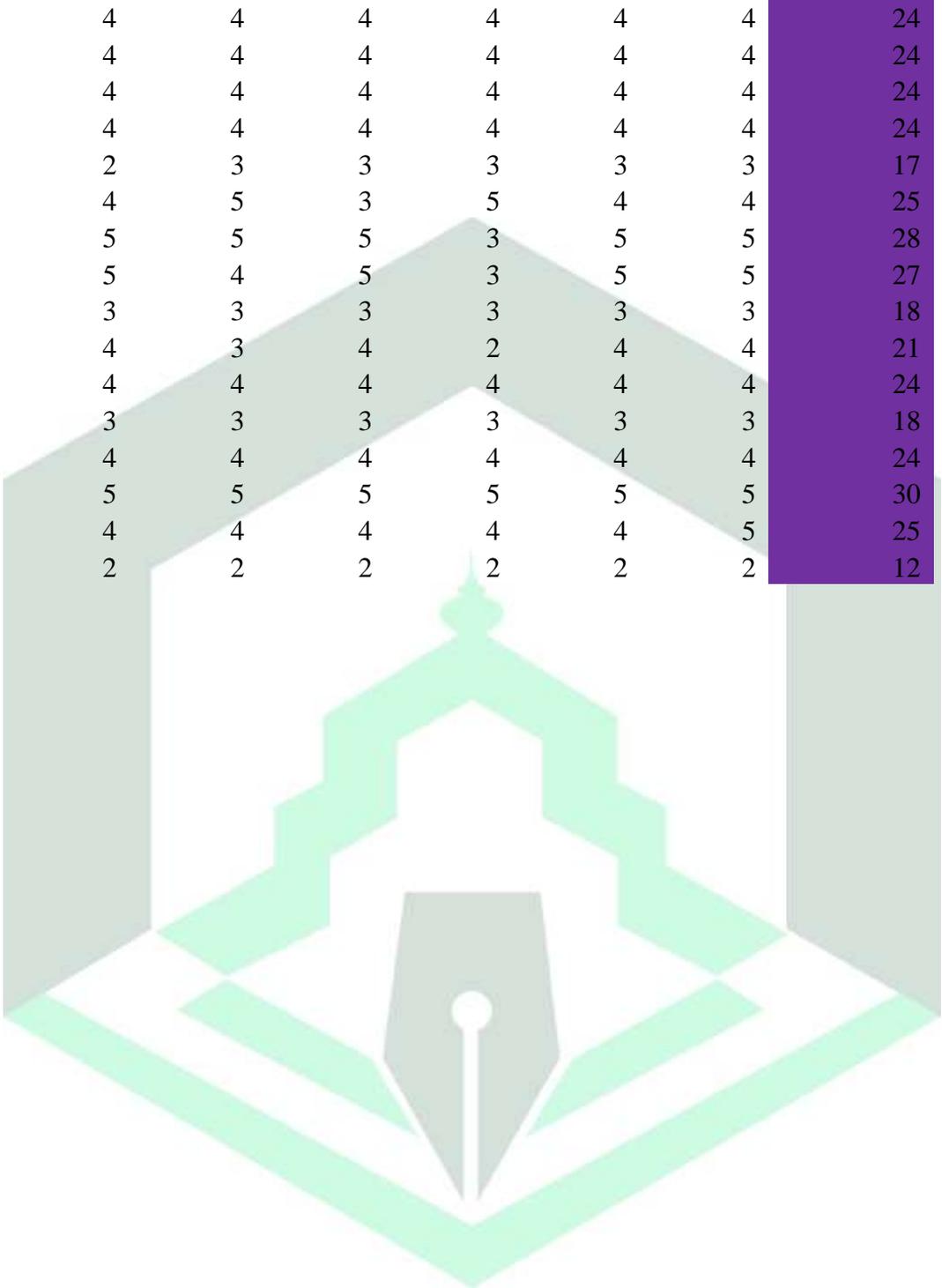
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
2	4	4	4	4	4	22
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	2	4	4	20
5	4	5	4	5	5	28
3	3	5	4	5	5	25
5	5	5	5	4	5	29
3	3	3	3	3	3	18
2	2	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
1	2	2	2	2	1	10



Kepuasan Nasabah (Y)						TOTAL
2	2	2	2	2	2	12
2	5	3	2	3	4	19
5	4	5	4	3	4	25
3	3	2	3	3	3	17
4	5	5	4	4	4	26
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	3	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25
3	2	3	5	2	1	16
3	3	3	3	3	3	18
5	5	4	4	3	4	25
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	4	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	4	19
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	2	2	24
5	4	4	5	4	3	25
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	1	3	2	2	4	16
5	5	5	5	5	5	30
2	3	3	2	3	2	15
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	4	3	21
2	3	4	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
3	2	3	5	2	5	20
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	4	28
4	4	4	4	4	5	25

4	4	5	5	5	4	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
5	4	5	1	5	1	21
4	4	4	5	4	5	26
4	5	4	4	4	4	25
4	3	4	4	4	5	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	18
4	5	5	5	5	4	28
3	4	3	3	3	4	20
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24
4	2	4	4	2	4	20
4	3	4	4	4	4	23
1	1	1	1	1	1	6
4	5	4	5	5	5	28
1	1	1	1	1	1	6
3	4	4	4	3	3	21
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	4	26
3	3	3	4	3	3	19
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
3	3	2	2	2	2	14
4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	5	4	28
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	2	2	2	2	5	15
4	3	4	3	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30

4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	3	3	3	17
4	5	3	5	4	4	25
5	5	5	3	5	5	28
5	4	5	3	5	5	27
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	2	4	4	21
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	5	25
2	2	2	2	2	2	12



Pengujian Validitas Outer Loading

Indikator	Kemudahan Akses (KA)	Kenyamanan (KY)	Keamanan (KM)	Kepercayaan Digital (KD)	Kepuasan Nasabah (KP)
KA1	0.841				
KA2	0.832				
KA3	0.837				
KA4	0.844				
KA5	0.826				
KA6	0.831				
KY1		0.877			
KY2		0.886			
KY3		0.884			
KY4		0.873			
KY5		0.856			
KY6		0.87			
KM1			0.831		
KM2			0.846		
KM3			0.832		
KM4			0.829		
KM5			0.841		
KM6			0.839		
KD1				0.866	
KD2				0.864	
KD3				0.874	
KD4				0.86	
KD5				0.873	
KD6				0.869	
KP1					0.891
KP2					0.874
KP3					0.868
KP4					0.881
KP5					0.872
KP6					0.88

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel Laten	AVE	Keterangan
Kemudahan Akses	0.672	Valid
Kenyamanan	0.698	Valid
Keamanan	0.703	Valid

Kepercayaan Digital	0.689	Valid
Kepuasan Nasabah	0.715	Valid

### Uji R<sup>2</sup>

Variabel Endogen	Konstruk Prediktor	R <sup>2</sup>	Interpretasi
Kepercayaan Digital (KD)	KA, KY, KM	0.887	Sangat kuat – 88,7% variasi KD dijelaskan oleh KA, KY, KM
Kepuasan Nasabah (KP)	KA, KY, KM, KD	0.884	Sangat kuat – 88,4% variasi KP dijelaskan oleh keempat variabel

### Uji Koefisien Jalur (Path Coefficients)

Jalur Pengaruh	Koefisien Jalur	t-Statistik	p-Value	Keterangan
KA → KD (Mediasi)	0.172	2.049	0.043	Signifikan (p < 0.05)
KY → KD (Mediasi)	0.222	2.312	0.023	Signifikan (p < 0.05)
KM → KD (Mediasi)	0.573	5.306	0.000	Signifikan (p < 0.01)
KA → KP (Langsung)	0.132	1.918	0.058	Tidak signifikan
KY → KP (Langsung)	0.041	0.386	0.700	Tidak signifikan
KM → KP (Langsung)	0.072	0.620	0.537	Tidak signifikan
KD → KP (Mediasi)	0.449	3.900	0.000	Signifikan (p < 0.01)

### Uji t-Statistik

Jalur	Koefisien Jalur	t-Statistik	p-Value	Signifikansi
KA → KD	0.172	2.049	0.043	Signifikan
KY → KD	0.222	2.312	0.023	Signifikan
KM → KD	0.573	5.306	0.000	Sangat Signifikan
KA → KP	0.132	1.918	0.058	Tidak Signifikan
KY → KP	0.041	0.386	0.700	Tidak Signifikan
KM → KP	0.072	0.620	0.537	Tidak Signifikan
KD → KP	0.449	3.900	0.000	Signifikan

### Analisis Indirect Effect (Efek Tidak Langsung)

Jalur Mediasi	Indirect Effect	Interpretasi
KA → KD → KP	0.077	Lemah, belum signifikan
KY → KD → KP	0.099	Sedang, mendekati signifikan
KM → KD → KP	0.256	Kuat, signifikan – menunjukkan mediasi efektif

### Interpretasi Model Mediasi

Jalur Mediasi	Langsung ke KP (p-value)	Tidak Langsung (z-Sobel)	Keterangan	Tipe Mediasi
KA → KP (via KD)	0.058	1.502	Tidak signifikan	Tidak terjadi mediasi
KY → KP (via KD)	0.700	1.698	Mendekati signifikan	Parsial (lemah)
KM → KP (via KD)	0.537	3.541	Signifikan kuat	Mediasi penuh

### Jalur Mediasi Dominan

Jalur Mediasi	Indirect Effect	Z-Sobel	Keterangan
KA → KD → KP	0.077	1.502	Lemah, tidak signifikan
KY → KD → KP	0.099	1.698	Sedang, mendekati signifikan
KM → KD → KP	0.256	3.541	Kuat, sangat signifikan (dominasi)

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Tesa Hasan , Lahir di Lambarese pada tanggal 01 Juli 2003. Penulis merupakan anak ke 5 dari 9 bersaudara. Penulis lahir dari pasangan Seorang ayah bernama Hasan dan Masna.Saat ini penulis bertempat tinggal di Lambarese Luwu Timur. Pendidikan dasar peneliti di selesaikan pada tahun 2015 di SDN 104 Jalajja.

Kemudian di tahun yg sama menempuh pendidikan sekolah menengah pertama tahun 2018 di SMP 3 Burau. Luwu Timur Kemudian melanjutkan pendidikan sekolah menengah atas Muhammadiyah wotu dan selesai pada tahun 2021. Kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang sarjana di Universitas Islam Negeri Palopo mengambil program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam sebelum menyelesaikan akhir studi, penulis Menyusun Skripsi dengan judul, **“Peran Kepercayaan Digital Sebagai Mediator Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank Syariah”** sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi jenjang Strata I (S1).