PENGARUH SERANGAN RANSOMWARE BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

Ramadona Maulana

20312289

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025

PENGARUH SERANGAN RANSOMWARE BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Islam Indonesia (UII)

Oleh:

Ramadona Maulana

20312289

PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2025

PENGARUH SERANGAN RANSOMWARE BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Diajukan oleh:

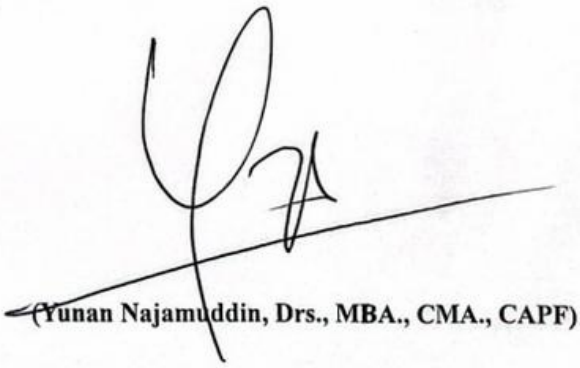
Ramadona Maualana

20312289

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 24 Januari 2025

Dosen Pembimbing,



(Yunan Najamuddin, Drs., MBA., CMA., CAPF)

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 24 Jaanuari 2025

Penulis,



(Ramadona Maulana)

MOTTO

"Terkadang orang dengan masa lalu paling kelam akan menciptakan masa depan paling cerah."

(Umar bin Khattab)

"Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan menguji kekuatan akarnya."

(Ali bin Abi Thalib)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur hanya milik Allah SWT, Tuhan semesta alam. Sholawat dan salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, orang tua, keluarga besar, para sahabat. Dengan rasa syukur yang setulus-tulusnya atas nikmat dan prestasi yang telah saya peroleh, saya ungkapkan pengabdian saya sebagai berikut:

1. Kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
2. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Asnawi dan Ibu Roswita, terimakasih terus memberikan do'a, kasih sayang, perhatian, cinta, pelajaran dan dukungan material maupun non material demi kesuksesan penulis. Untuk ibu tercinta yang menjadi pendamping serta pembimbing kehidupan penulis sejak masa kelahiran hingga detik ini dan tentu menjadi alasan utama sebagai kunci semangat serta kerja keras penulis. Terimakasih atas do'a, bimbingan, nasuhat, pengalaman, dan semua yang telah dibagikan untuk penulis.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahhi wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan nikmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang akan dinantikan safaatnya diyaumil akhir nanti. Penulis sangat bersyukur karena telah menyelesaikan skripsi dengan judul: "PENGARUH *SERANGAN RANSOMWARE* BSI MOBILE TERHADAP LOYALIYAS NASABAH DI YOGYAKARTA". Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat akademik untuk mendapatkan gelar sarjana akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE), Universitas Islam Indonesia (UII).

Sepanjang proses penelitian dan penelitian skripsi ini, banyak hambatan yang menimbulkan kesulitan dalam penulisan skripsi ini, namun atas bantuan berbagai pihak hambatan tersebut teratasi, untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat, hidayah, kesehatan, kekuatan dan kemudahan yang berlimpah sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW sebagai rahmatan lil alamin dan panutan seluruh umat islam dalam menjali kehidupan sebagai manusia yang selalu bertawakal kepada Allah SWT.
3. Kepada kedua orang tua penulis Bapak Asnawi dan Ibu Roswita, terimakasih terus memberikan do'a, kasih sayang, perhatian, cinta, pelajaran dan

dukungan material maupun non material demi kesuksesan penulis. Yang menjadi pendamping serta pembimbing kehidupan penulis sejak masa kelahiran hingga detik ini dan tentu menjadi alasan utama sebagai kunci semangat juang penulis. Terimakasih atas do'a, bimbingan, nasihat, pengalaman, dan semua yang telah dibagikan untuk penulis.

4. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia
5. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS. Selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Drs. Dekar Urumsah, S.Sc., M.Com(IS), Ph.D., selaku ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Rifqi Muhammad, Prof., SE., SH., M.Sc., Ph.D., SAS., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia.
8. Bapak Yunan Najamudin, Drs., M.B.A. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan, arahan, memberikan saran yang sangat bermanfaat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya serta memohon maaf atas banyak kesalahan saat proses penyusunan skripsi. Semoga bapak dan keluarga semua diberikan umur yang panjang dan kesehatan selalu oleh Allah SWT.
9. Seluruh dosen Program Studi Akuntansi yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan membimbing penulis selama menempuh studi.
10. Kepada kakak Angga Akbar S.H, Anggun Rizki M.Ak, dan adik Dayang Pertiwi selaku suadara kandung penulis. Terimakasih atas do'a, dukungan, motivasi yang telah diberikan dan menjadi sahabat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

11. Aidil Devanesyah, Rahmi Syukra Fadilla selaku sepupu penulis. Terima kasih telah menghibur, memberi semangat, motivasi, support semasa penulis menyelasaikan skripsi ini.
12. Stephanie Novita yang selalu memberi semangat, motivasi, kasih sayang dan menemani penulis dalam keadaan apapun, telah memberi warna selalu membuat penulis bahagia selama di jogja. Terimakasih yang sebesar-besarnya yang tidak bisa saya ungkapkan satu persatu, terimakasih telah menjadi orang terdekat serta keluarga selama saya di jogja.
13. Sahabat Alfin Arif Rochim S. T, M.Miftakhul Huda S. Ak, Aris Sulistyo S. Ak, Cindy Berliana Devi S. Ak, Dellanza Alfionita Indra, Zanetha Bunga Alllesa Azzahra S.Ak & teman-teman KKN Desa Tejosari terimaksih telah menjadi teman yang baik, mengajarkan artinya kekeluargaan dan semua kebaikan-kebaikannya selama ini diberikan kepada penulis.
14. Seluruh teman-teman mahasiswa/I Angkatan 2020 yang mengenal penulis dengan baik selalu mensupport penulis untuk sselalu menjadi lebih berguna bagi orang lain.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun pihak lain yang memerlukannya. Penulis juga menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam proses penyusunannya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuhu.

Yogyakarta 24 Januari 2025

Penulis,



Ramadona Maulana

DAFTAR ISI

Halaman Judul		i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI		iv
MOTTO		v
HALAMAN PERSEMBAHAN		vi
KATA PENGANTAR		vii
DAFTAR ISI		x
DAFTAR TABEL		xii
DAFTAR GAMBAR		xiii
DAFTAR LAMPIRAN		xiv
Abstak		xv
Abstract		xvi
BAB I PENDAHULUAN		1
1.1.	Latar Belakang	1
1.2.	Rumusan Masalah	4
1.3.	Tujuan Penelitian	4
1.4.	Manfaat Penelitian	4
1.5.	Sistematika Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI		7
2.1.	Landasan Teori	7
2.2.	Penelitian Terdahulu	13
2.3.	Pengembangan Hipotesis	17

2.4. Kerangka Penelitian 23
BAB III METODE PENELITIAN 24
3.1. Metode Penelitian 24
3.2. Populasi Dan Sampel 24
3.3. Metode Pengumpulan Data 25
3.4. Metode Pengukuran Data 25
3.5. Definisi Variabel Operasional 25
3.6. Metode Analisis Data 30
BAB IV PEMBAHASAN 35
4.1. Hasil Pengumpulan Data 35
4.2. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden 35
4.2.10. Analisis Regresi Linear 47
4.3. Uji T 50
4.4. Uji F 53
4.5. Uji R 54
4.6. PEMBAHASAN 55
BAB V PENUTUP 61
5.1. Kesimpulan 61
5.2. Keterbatasan Penelitian 61
5.3. Saran 62
5.4. Implikasi Penelitian 62
DAFTAR PUSTAKA 64
LAMPIRAN 72
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN 72
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden 81
Lampiran 3 Statistik Deskriptif 97
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas 98
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik 103
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi 105

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 13

Tabel 3.1 Skala Likert 25
Tabel 3.2 Variabel Independen 26
Tabel 3.3 Variabel Dependen 29

Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia 36
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 38
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili (Kabupaten/Kota) di Yogyakarta 38
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 39
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan 40
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Uang Saku Per bulan Responden 40
Tabel 4.7 Hasil Uji Statistik Deskriptif 41
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas 42
Tabel 4.9 Tabel Uji Reliabilitas 44
Tabel 4.10 Tabel Uji Normalitas 45
Tabel 4.11 Tabel Uji Multikolinearitas 46
Tabel 4.12 Hasil Uji Heterokedastisitas 47
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear 48
Tabel 4.14 Hasil Uji T 50
Tabel 4.15 Hasil Uji F 53
Tabel 4.16 Hasil Uji R 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian 23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	70
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden	79
Lampiran 3 Statistik Deskriptif	95
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas	96
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik	101
Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi	103

Abstak

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) menjadi sasaran serangan siber ransomware yang menyebabkan terjadinya kebocoran data nasabah serta gangguan pada layanan. Dampak dari kejadian ini adalah munculnya kekhawatiran di kalangan nasabah dan terganggunya reputasi bank. Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak kebocoran data nasabah serta faktor-faktor lain terhadap loyalitas nasabah BSI.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui kuesioner online yang disebarkan menggunakan Google Form. Sebanyak 105 nasabah BSI di Kota Yogyakarta menjadi responden dalam penelitian ini. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kebocoran data nasabah memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya, faktor kepercayaan, tingkat keamanan, dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Temuan ini mengindikasikan bahwa kebocoran data dapat mengurangi tingkat loyalitas nasabah karena menurunkan tingkat kepercayaan mereka terhadap bank.

Kata kunci: Kebocoran Data Nasabah, BSI, Loyalitas Nasabah.

Abstract

PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) was the target of a ransomware cyberattack that caused customer data leakage and service disruption. The impact of this incident is the emergence of concerns among customers and the disruption of the bank's reputation. This study aims to assess the impact of customer data leakage and other factors on BSI customer loyalty.

The approach used in this research is quantitative, with data collection through an online questionnaire distributed using Google Form. A total of 105 BSI customers in Yogyakarta City became respondents in this study. The data collected was then analyzed using SPSS software version 25.

The results of the analysis show that customer data leakage has a significant negative influence on customer loyalty. In contrast, the trust factor, security level, and service quality have a positive and significant effect on loyalty. This finding indicates that data leakage can reduce the level of customer loyalty because it lowers their level of trust in the bank.

Keywords: Customer Data Leaks, BSI, Customer Loyalty.

PENGARUH SERANGAN RANSOMWARE BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI DI YOGYAKARTA

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi yang signifikan dan globalisasi yang kian tanpa batas telah membawa dampak besar terhadap cara transaksi keuangan, manajemen aset, dan layanan perbankan secara keseluruhan. Seiring dengan itu, dunia yang semakin terinterkoneksi dan tanpa batas menciptakan tantangan baru terkait keamanan dan privasi. Perkembangan internet juga membuat perkembangan di sisi negatif (Nuriadin & Harumike, 2021). Hal ini menjadi perhatian khusus bagi seluruh layanan keuangan di dunia, terutama dalam konteks meningkatnya ancaman serangan System. *Ransomware*, peretasan data data, penyamaran, penambangan *bitcoin*, dan pencurian hak kekayaan intelektual adalah lima ancaman siber/serangan sistem yang mengancam operasi bisnis (Lana, 2021).

Serangan *ransomware* telah menjadi ancaman serius yang mengincar sektor keuangan, menuntut tanggapan proaktif dan penguatan sistem keamanan secara menyeluruh. selain itu, serangan *ransomware* juga mengamankan data yang bersifat sensitif, termasuk informasi penting mengenai nasabah dan keuangan, dengan melakukan proses enkripsi. Kemampuan untuk melindungi data dan sistem dari serangan siber, termasuk serangan *ransomware*, yang sering kali dapat menyebabkan kerugian finansial yang besar dan merusak reputasi, sangat penting bagi keberlanjutan dan keamanan operasi lembaga keuangan global saat ini (Ramadhan, 2023).

Ransomware merupakan bentuk kejahatan *cyber*, kejahatan ini melanggar hukum dengan memanfaatkan teknologi komputer yang terhubung ke jaringan internet. Di Indonesia, perlindungan terhadap konsumen, termasuk nasabah bank syariah, diatur dalam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen (UUPK). Bank syariah diharapkan untuk menjaga sistem perbankannya aman dan melindungi data pribadi klien dari serangan siber, seperti yang diberikan kepada nasabah mereka. Selain itu, konsumen berhak atas informasi yang akurat dan mudah dipahami. Oleh karena itu, bank syariah diwajibkan untuk memberi tahu pelanggannya secara terbuka dan jujur tentang gangguan layanan digital yang disebabkan oleh peretas.

Serangan *ransomware* umumnya dimulai dengan pengiriman *phishing* atau link yang tampak seperti halaman web yang asli. Ketika korban mengeklik Link atau membuka *file* yang terinfeksi, perangkat lunak *ransomware* akan mengambil alih sistem dan mulai mengenkripsi data. Setelah proses enkripsi selesai, korban akan menerima pesan tuntutan tebusan yang meminta pembayaran menggunakan *cryptocurrency*, seperti *Bitcoin*. Meskipun korban membayar, peretas berjanji untuk memberikan kunci deskripsi agar data bisa dipulihkan, namun tidak ada jaminan bahwa data tersebut akan benar-benar kembali setelah pembayaran dilakukan (Ramadhan, 2023).

Serangan *ransomware* dapat mengganggu kelancaran operasional bisnis dan merusak data penting. Untuk mencegah serangan ini, penting untuk secara rutin *membackup* data, memakai perangkat lunak keamanan yang efektif, menghindari membuka lampiran email yang mencurigakan, serta selalu memperbarui perangkat lunak dengan pembaruan terbaru. *Ransomware* merupakan jenis perangkat lunak berbahaya yang mengunci aset atau data pribadi korban dengan tujuan mendapatkan uang tebusan. Pelaku menyebarkan *ransomware* untuk meraih keuntungan finansial, dengan mengancam data pribadi korban. Adanya

dokumen atau gambar yang ter-enkripsi dan *file* pesan bernama *"Readme File"* yang mencantumkan alamat email serta rincian finansial pelaku menjadi tanda utama adanya *ransomware* (Hartono, 2023).

(Maulana & Fitriana, 2023) melaporkan bahwa pada 8 Mei 2023, PT Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) menjadi target serangan *ransomware* yang mengakibatkan gangguan layanan digital dan kebocoran data nasabah. Kelompok *ransomware* LockBit 3.0, melalui *Dark Tracer*, mengambil tanpa izin 15 juta data nasabah dan 1,5 terabyte data, termasuk informasi sensitif. Mereka menuntut tebusan Rp295,61 miliar dan mengancam menyebarkan data tersebut. Insiden ini menyoroti risiko besar terhadap industri perbankan, termasuk perbankan syariah, terkait keamanan dan kepercayaan nasabah.

Gunawan A. Hartoyo, sebagai Sekretaris Perusahaan BSI, menegaskan bahwa Bank Syariah Indonesia berkomitmen untuk terus meningkatkan layanan kepada nasabah. Dia juga memberikan rasa terima kasih atas kepercayaan yang diberikan nasabah kepada Bank Syariah Indonesia. Saat ini, sebagai upaya peningkatan layanan, BSI sedang melakukan pemeliharaan sistem sehingga sementara waktu tidak dapat diakses. Kami meminta maaf atas ketidaknyamanan ini dan memastikan keamanan dana nasabah tetap terjaga. Kami menghimbau seluruh nasabah untuk tetap waspada terhadap potensi penipuan yang mengatasnamakan Bank Syariah Indonesia selama layanan ini terganggu (Afifah, 2023).

Dari uraian yang telah diterangkan peneliti di atas bahwa Kegagalan dalam mengelola data dan informasi pribadi konsumen di Bank BSI menunjukkan kurangnya kecermatan dalam pengecekan dan kelayakan teknologi informasi yang diterapkan. Konsekuensinya, pelanggaran semacam itu dapat mengakibatkan dikenakannya sanksi administratif sejalan dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 6 Tahun 2022. Maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisa

lebih dalam serangan *ransomware* BSI moblie terhadap nasabah bank BSI dengan judul penelitian "PENGARUH SERANGAN RANSOMWARE BSI MOBILE TERHADAP NASABAH BANK BSI DI YOGYAKARTA".

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kebocoran data berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI?
3. Apakah keamanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BSI?
4. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas Nasabah BSI?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis dan memahami pengaruh kebocoran data terhadap nasabah BSI.
2. Menganalisis dan mengeksplorasi pengaruh tingkat kepercayaan terhadap nasabah BSI.
3. Menganalisis dan mengidentifikasi pengaruh aspek keamanan terhadap nasabah BSI.
4. Menganalisis dan mengevaluasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BSI.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Secara teori, penelitian ini diharapkan bisa memperdalam pemahaman mengenai efektivitas layanan *mobile banking* di bank syariah, dan memberikan wawasan tentang manfaat dan risiko yang terkait dengan pemanfaatan layanan *mobile banking*.

2. Manfaat Praktis
   a. Bagi lembaga, penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangan pemikiran untuk perusahaan dalam merumuskan strategi untuk meningkatkan fasilitas layanan *mobile banking*.
   b. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber referensi untuk studi lebih lanjut yang berkaitan dengan *mobile banking*.

1.5. Sistematika Penelitian

Dalam pembahasan ini, penulis menyajikan rencana yang sistematis dan terdiri dari lima bab sebagai kerangkan pedoman penulisan. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, penulis menguraikan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini, penulis memaparkan teori-teori yang menjadi dasar dan mendukung permasalahan penelitian, serta menjelaskan hipotesis penelitian dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini membahas metode penelitian, yang mencakup populasi dan sampel, jenis serta sumber data, variabel-variabel penelitian, dan teknik analisis data..

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menyajikan data khusus yang berkaitan dengan penyelesaian masalah yang telah dirumuskan, menggunakan alat dan langkah analisis yang mengarahkan pada pencapaian tujuan dan sasaran penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi ringkasan mengenai kesimpulan penelitian, keterbatasan yang dihadapi dalam penelitian, serta berbagai saran yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Definisi Loyalitas Konsumen

Loyalitas ialah kesetiaan pelanggan untuk konsisten memakai produk atau layanan tertentu meskipun ada godaan untuk mencoba alternatif lain (Mardalis, 2005). Menjaga pelanggan lama lebih sulit daripada mendapatkan yang baru. Loyalitas mencerminkan kesetiaan pelanggan terhadap institusi, menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Pelanggan setia cenderung tidak berpindah ke layanan lain dan bersemangat merekomendasikan produk yang mereka puas.

Loyalitas merupakan ungkapan emosi dan perasaan yang membangun hubungan mendalam melalui pembelian yang berulang. Keberhasilan bisnis sangat bergantung pada loyalitas pelanggan. Hubungan yang positif antara bisnis dan pelanggan, tingkat kepuasan, serta loyalitas merupakan faktor kunci yang dapat mempertahankan volume atau tingkat penjualan produk perusahaan (Apriyanti, 2018).

Dalam Islam, loyalitas pelanggan terwujud ketika transaksi memberikan manfaat bagi kedua belah pihak, dengan hak dan kewajiban terpenuhi berdasarkan nilai-nilai Islam (Mashuri, 2020).

Loyalitas pelanggan terdiri dari delapan kelompok. Terduga *(suspects)* adalah individu yang belum mengenal perusahaan atau produknya, mencakup semua calon pelanggan potensial (Griffin, 2008) dalam (Sudarmanto, 2014). Prospek *(prospects)* adalah orang yang mengetahui produk perusahaan tetapi belum tertarik karena tidak membutuhkan atau tidak mampu membelinya. Sementara itu, prospek terdiskualifikasi adalah mereka yang tidak berminat menggunakan produk karena alasan kebutuhan atau kemampuan finansial.

Pelanggan pertama merupakan individu yang baru pertama kali mencoba produk atau layanan, sedangkan pelanggan berulang adalah mereka yang membeli produk yang sama lebih dari sekali atau mencoba produk lain dari perusahaan. Konsumen adalah pengguna rutin yang memiliki hubungan kuat dengan perusahaan sehingga sulit dipengaruhi oleh pesaing. Pendukung *(advocates)* tidak hanya setia tetapi juga aktif merekomendasikan produk kepada orang lain. Pada puncaknya, terdapat mitra, yaitu pelanggan yang membangun hubungan jangka panjang serta saling menguntungkan dengan perusahaan.

Loyalitas konsumen terbagi jadi empat jenis. Tanpa loyalitas *(no loyalty)* memperlihatkan konsumen yang tidak setia meski merasa puas, karena kurangnya komitmen dan preferensi terhadap produk tertentu (Griffin, 2003) dalam (Gantara & Yulianto, 2013). Loyalitas lemah *(inertia loyalty)* terjadi ketika pelanggan sering membeli ulang hanya karena kemudahan akses atau kenyamanan situasional, tanpa ikatan emosional yang kuat. Loyalitas tersembunyi *(latent loyalty)* ditandai oleh ketertarikan konsumen yang tinggi namun jarang melakukan pembelian, biasanya dipengaruhi oleh faktor situasional. Terakhir, loyalitas premium *(premium loyalty)* mencakup hubungan yang kuat dan pembelian berulang, di mana pelanggan juga aktif menyarankan produk kepada orang lain, menjadikannya bentuk loyalitas yang paling diinginkan perusahaan.

Penelitian ini menggunakan variabel seperti kebocoran data di BSI, kualitas layanan, keamanan, dan kepercayaan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan.

2.1.2. Kebocoran Data

Kebocoran data terjadi ketika informasi rahasia, seperti data pribadi atau bisnis, terekspos atau tersebar di internet. Dengan kemajuan teknologi yang cepat, masyarakat semakin bergantung pada teknologi dalam berbagai hal. Kejahatan yang meningkat seiring dengan kemajuan teknologi tidak dapat diabaikan. Kita dapat melihat bahwa kejahatan seperti kebocoran data meningkat di era teknologi modern, menargetkan individu dan perusahaan serta lembaga pemerintah. Serangan dapat dilakukan lewat website, email, dan laptop (Harmen, 2023).

Data pribadi nama lengkap, nomor telepon, alamat, tanggal lahir, nomor identitas, email, dan informasi lainnya sering menjadi sasaran pencurian. Sebagian besar data yang dicuri ini kemudian dijual di pasar gelap atau *dark web*. Situasi ini sangat berisiko karena data yang bocor tidak dilindungi dengan keamanan yang memadai. Akibatnya, hal-hal yang merugikan atau bahkan berbahaya bagi individu maupun perusahaan dapat terjadi.

Tiga faktor utama bocornya data adalah kesalahan manusia, serangan *malware*, dan *phishing* (Ashari, 2022). Kesalahan manusia sering terjadi saat memberikan data pribadi ke aplikasi atau situs tidak aman tanpa disadari. Serangan *malware* memanfaatkan kelalaian pengguna, seperti membuka email berbahaya, dengan *spyware* menjadi salah satu jenis *malware* yang dapat mencuri data pribadi. *Phishing* menggunakan trik psikologis untuk mencuri informasi sensitif melalui pesan yang menyamar sebagai pihak terpercaya, seperti email atau SMS berisi tautan palsu.

Situasi seperti ini dapat membuat Nasabah ragu terhadap kemampuan bank untuk menjaga informasi pribadi mereka, yang pada gilirannya dapat menurunkan loyalitas pelanggan. Pada akhirnya, pelanggan mungkin memilih

untuk pindah ke institusi keuangan lain yang mereka anggap lebih aman, yang pada gilirannya dapat mengakibatkan penurunan jumlah pelanggan dan penurunan loyalitas dalam jangka panjang.

2.1.3. Kepercayaan

Kepercayaan ialah keinginan untuk bergantung pada mitra dalam hubungan pertukaran dan penting dalam membangun loyalitas nasabah (Moorman et al., 1993) dalam (Setiawan & Ukudi, 2016). Membangun kepercayaan memerlukan waktu dan tidak dapat dicapai dengan cepat. Nasabah yang mempercayai perusahaan merasa lebih aman dalam melakukan transaksi. (Barnes, 2007) dalam (Khotimah, 2013) menjelaskan bahwa kepercayaan ialah keyakinan jika mitra akan memenuhi harapan, termasuk janji atau pernyataan yang dapat diandalkan.

Kepercayaan seseorang kepada orang lain dipengaruhi dari 3 sebab: kemampuan, kebaikan hati, dan integritas (Kim et al., 2003) dalam (Wong, 2017). Kemampuan mencakup kompetensi penjual dalam menyediakan layanan yang aman dan memuaskan. Kebaikan hati terlihat dari upaya penjual untuk memastikan kepuasan pelanggan sambil tetap mencapai keuntungan. Integritas berhubungan dengan kejujuran penjual, seperti memberikan informasi akurat dan menjual produk yang dapat dipercaya.

Variabel kepercayaan terdiri dari empat indikator: kehandalan, kejujuran, kepedulian, dan kredibilitas (Maharani, 2010) dalam (Sulle, 2022). Kehandalan mengukur konsistensi perusahaan dalam menjalankan usaha. Kejujuran menjamin bahwa produk atau layanan yang disediakan sesuai dengan informasi yang disampaikan. Kepedulian tercermin dari layanan yang baik, perhatian pada keluhan, dan prioritas terhadap pelanggan. Kredibilitas

menunjukkan kekuatan perusahaan dalam membangun kepercayaan pelanggan.

2.1.4. Keamanan

Keamanan sistem berarti kemampuan sistem guna menghindari orang lain mengakses atau menyalahgunakan data mereka, serta mencegah kejahatan siber dan peretasan. Untuk membuat nasabah mempercayakan dananya, keamanan transaksi perbankan sangat penting. Oleh karena itu, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, bank harus menjamin keamanan transaksi dan data pelanggan secara daring maupun luring, seperti lewat *teller*, ATM, maupun *mobile banking*. Selain itu, bank harus tetap jujur dalam memberikan informasi tentang barang dan jasa mereka, serta melindungi data dan informasi pribadi pelanggan dari penyalahgunaan (Lestari, 2024).

Keamanan adalah elemen krusial dalam perbankan, karena nasabah memilih bank untuk melakukan transaksi keuangan berdasarkan kepercayaan mereka terhadap bank tersebut (Kumalasari, 2014). Menjaga keamanan dalam perusahaan sangat penting karena kepercayaan pelanggan bergantung padanya. Sistem keamanan yang kuat sangat penting untuk mencegah potensi penyalahgunaan data pelanggan. Pada umumnya, tindakan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap keamanan pelanggan yang merasa terlindungi cenderung memiliki kepercayaan yang lebih besar, sementara pelanggan yang merasa kurang aman biasanya menunjukkan tingkat kepercayaan yang rendah.

Setiap pelanggan mengharapkan dua komponen keamanan (Raman & Annamalai, 2011), yaitu:

1. Jaminan Keamanan *(Security Guarantee)*

   Jaminan keamanan sangat membantu pengguna tidak khawatir tentang peretasan dan penyalahgunaan data pribadi. Pengguna akan

merasa aman dan nyaman untuk memberikan informasi penting serta bertransaksi jika jaminan keamanan tersebut telah terpenuhi dan bahkan melampaui harapan pelanggan.

2. Kerahasiaan Data *(Secrecy Of Data)*

   Informasi sensitif pemilik data berisiko terjun ke tangan yang tidak amanah, yang dapat merugikan mereka. Oleh karena itu, kerahasiaan data sangat penting agar setiap pelanggan merasa yakin bahwa informasi pribadi mereka aman ketika diserahkan kepada perusahaan.

Peneliti menggunakan parameter keamanan seperti prosedur pengiriman, jaminan keamanan, dan kerahasiaan data pada penelitian ini.

2.1.5. Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan ialah seberapa jauh perusahaan bisa mencukupi harapan pelanggan dengan mengendalikan standar keunggulan (Tjiptono, 2012) dalam (Santoso, 2019). Kualitas pelayanan yang baik meningkatkan loyalitas pelanggan, sementara pelayanan buruk dapat menurunkannya. (Abdullah & Tantri, 2019) dalam (Zikri & Harahap, 2022) menyatakan bahwa Kualitas layanan mencakup karakteristik dan atribut produk atau jasa yang menentukan seberapa jauh kemampuan layanan tersebut bisa mencukupi kebutuhan pelanggan.

Perusahaan bertanggung jawab memberikan pelayanan terbaik untuk menjaga citra positif dan membangun kepercayaan pelanggan. Kemampuan memberikan pelayanan berkualitas tinggi terbentuk seiring waktu dan pengalaman tenaga pelayanan (Cornelia S. et al., 2012). Menurut (Arcand et al., 2016) dalam penelitian (Rahmawati & Fianto, 2020) menyebutkan lima aspek pengukuran kualitas layanan, yaitu:

1. Kenyamanan

   Kenyamanan adalah perasaan seseorang yang muncul dari kepuasan saat memakai perangkat elektronik. *Experience* dan *value* emosional yang dirasakan dalam hal kenyamanan punya peran penting pada perkembangan bank syariah.

2. Keamanan

   Keamanan tidak hanya menjadi masalah perangkat lunak semata, tetapi juga dapat mendorong kelancaran operasional bank syariah.

3. Kemudahan

   Kemudahan mengacu pada kenyamanan nasabah dalam mengakses informasi dan layanan lain di bank syariah.

4. Desain

   Desain aplikasi harus ditata dengan baik, dan pemilihan grafis yang tepat sangat penting karena bisa menarik perhatian konsumen kepada merek *mobile banking*. Peningkatan kualitas desain aplikasi secara tidak langsung bisa meningkatkan kinerja bank.

5. Sistem Aplikasi

   Keberhasilan suatu layanan bergantung pada sistem aplikasi, terutama dari sudut pandang teknis. Sistem ini berpedoman pada efisiensi dan ketepatan operasional.

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

NO	PENELITIAN	JUDUL	VARIABEL	HASIL
1	(Utami et al., 2019)	"*Pengaruh kualitas*	• Kualitas	• kualitas

		layanan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah"	• Layanan • Kepercayaan	layanan punya pengaruh besar pada loyalitas pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bank syariah yang memberikan layanan berkualitas tinggi dan dilakukan sesuai dengan aturan bisnis Islam akan menghasilkan loyalitas pelanggan. • kepercayaan juga berpengaruh besar terhadap loyalitas nasabah. Hasil analisis menunjukkan bahwa jika ada

				rasa percaya terhadap produk jasa bank syariah yang didasarkan pada syariat Islam, maka akan ada loyalitas nasabah.
2	(Lubis & Sitorus, 2023)	*"Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen"*	• Loyalitas Pelanggan • Kepercayaan • Kemudahan • keamanan	Penelitian ini menambah penelitian tentang loyalitas pelanggan. Hasilnya menunjukkan bahwa berbagai faktor, seperti kemudahan, *secure*, dan *amanah*, dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Berdasarkan analisis dan

				interpretasi data, faktor-faktor ini memiliki efek yang positif terhadap loyalitas pelanggan.
3	(Temkar & Vardhini, 2023)	*"Examining the Consequences of Security Breaches on Customer Satisfaction and Loyalty in Banking: Insights from Case Studies"*	• Loyalitas pelanggan • Kebocoran data	Kebocoran data disebabkan pelanggaran keamanan merusak loyalitas pelanggan dengan menyebarluaskan data pelanggan.
4	(Wahyuningsi & Nirawati, 2022)	*"Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana"*	• Loyalitas Pelanggan • Keamanan • Kemudahan	Variabel kemudahan dan keamanan memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan E-wallet Dana. Selain itu, variabel keamanan secara terpisah juga punya

				pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan E-wallet Dana.
5	(Huda & Azar, 2021)	*"Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Pelayanan, Jasa Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan"*	• Loyalitas Pelanggan • Kepercayaan • Lokasi • Kualitas Layanan • Jasa • Keamanan	Kepercayaan dan lokasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di KUD Tani Mulyo Karanglangit Lamongan. Selain itu, pelayanan yang diberikan juga berperan dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan di KUD tersebut. Faktor keamanan juga turut memengaruhi kesetiaan pelanggan.

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1. Pengaruh Kebocoran Data Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BSI

Menurut (Ashari, 2022) bocornya data pribadi secara tidak sengaja bisa menimbulkan berbagai dampak negatif seperti penyalahgunaan akun, penerimaan email dan panggilan telepon yang tidak diinginkan, bahkan hingga kerugian finansial. Dalam penelitian (Aswandi et al., 2020) Pencurian atau pembobolan data pribadi sering terjadi karena pengawasan yang lemah dan kurangnya pengetahuan beberapa perusahaan atau instansi pemerintah tentang cara yang tepat dalam mengelola dan mengamankan data. Selain itu, kasus penjualan data pribadi seperti data kependudukan menunjukkan bahwa informasi dan data tidak dikelola, dipantau, atau disimpan dengan aman. Data pribadi seharusnya terjaga kerahasiaannya.

(Dewi, 2022) pada jurnal (Ma'rifa, 2023) menjelaskan Kebocoran data ialah keadaan waktu data rahasia, seperti data pribadi atau bisnis, tersebar di internet. Serangan ini dapat dilakukan lewat email, situs web, perangkat keras, ataupun laptop. Kondisi ini sangat berbahaya karena data yang bocor tidak dilindungi oleh keamanan, sehingga dapat menyebabkan hasil yang tak dapat diterima atau berisiko bagi orang dan perusahaan.

Kebocoran data dapat memicu risiko pencurian identitas, penipuan, dan penyalahgunaan keuangan, serta berpotensi merusak loyalitas dan kepercayaan nasabah terhadap institusi perbankan, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kerugian reputasi yang signifikan (Azarine, 2023)

Dalam jurnal (Rahmawati et al., 2023) Karena kebocoran data pribadi merupakan bagian dari kejahatan siber, diperlukan peraturan khusus terkait kejahatan siber dan tanggung jawab bank untuk memastikan bahwa setiap transaksi pelanggan aman dan nyaman. Jika terjadi peretasan dan penjualan data nasabah, hal tersebut dapat berdampak pada perekonomian negara akibat hilangnya kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan.

Jika terjadi pelanggaran keamanan yang menyebabkan bocoran data nasabah, hal itu dapat berdampak negatif pada loyalitas nasabah karena nasabah tidak lagi percaya bahwa bank dapat menjaga kerahasiaan data mereka. Akibatnya, loyalitas nasabah dapat berkurang (Temkar & Vardhini, 2023).

Berdasarkan penelitian (Sembiring et al., 2024) dan penelitian diatas, dapat di ambil kesimpulan bahwa kebocoran data punya pengaruh negatif terhadap kesetiaan nasabah

H1: Kebocoran Data Berpengaruh Negatif Terhadap Loyalitas Nasabah BSI

2.3.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI

Menurut (Lau & Lee, 1999) dalam (Azizah & Udayana, 2022) Kepercayaan dapat diartikan untuk kesediaan seseorang agar bergantung pada orang lain dengan risiko tertentu. Kepercayaan bisa juga didefinisikan untuk kesiapan seseorang untuk bergantung pada orang lain dalam suatu pertukaran karena keyakinan mereka terhadap orang tersebut.

Kepercayaan pelanggan adalah persepsi positif pelanggan terhadap suatu produk, termasuk fitur dan keuntungan yang bisa menaikkan kepuasan pelanggan. Ini berarti, kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan dipengaruhi oleh kepercayaan pelanggan yang tinggi (Laely, 2016).

Kepercayaan ialah kesediaan seseorang agar terbuka kepada tindakan orang lain, tujuannya agar orang itu akan bertindak sesuai dengan harapan tanpa bergantung pada kemampuan mereka untuk melihat atau mengontrol mereka (Mayer et al., 1995) dalam (Cahyo, 2014).

Dalam penelitian (Lutfiani & Musfiroh, 2022) seorang peneliti (Pramana & Rastini, 2016) mengatakan Kepercayaan nasabah cerminan

emosional dalam aktivitas perdagangan. Seberapa jauh mana produk atau layanan memenuhi keinginan dan seberapa konsisten harapan pelanggan dengan hasil yang diterima menentukan kepercayaan ini. Bila pelanggan menginginkan *service* pada kasus tertentu dan kemudian menerima *service* yang lebih baik dari yang diinginkan, pelanggan akan merasa percaya dan cenderung terus menggunakan produk atau layanan tersebut.

(Imanda & Nuridin, 2018) pada jurnal (Hidayati, 2023) Kepercayaan didasarkan pada keyakinan bahwa seseorang akan memperlakukan orang lain dengan cara yang diinginkan walaupun 2 belah pihak belum saling mengenal dan tidak memiliki hubungan yang dapat bertahan lama.

Menurut (Laely, 2016) dalam (Supertini et al., 2020) Jika perusahaan punya kepercayaan yang lebih besar dalam mengelola unit usaha, lebih banyak loyalitas pelanggan. Ini karena perusahaan memiliki kredibilitas yang tinggi dan didukung oleh kejujuran yang dimilikinya, secara langsung mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Keyakinan bahwa seseorang siap untuk menerima perlakuan tertentu dari orang yang dipercayainya tanpa bergantung pada kemampuan mereka untuk memperhatikan atau mengontrol tindakan tersebut (Cahyo, 2014).

Berdasarkan temuan penelitian Rachman & Oktavianti (2021) serta penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

H2: Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Nasabah

2.3.3. Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI

Dalam penelitian (Handoko & Ronny, 2021) Menurut (Shah, 2011) Daya suatu sistem untuk menjaga agar tidak terjadi penggunaan data secara ilegal atau tidak perlu dan juga melindunginya dari serangan penjahat siber dan

peretas dikenal sebagai keamanan sistem. Jika aplikasi perbankan *mobile* dapat memastikan bahwa data dan transaksi perbankan mereka aman, loyalitas pelanggan akan meningkat.

Menurut (Dewi, 2016) "Perbankan mesti mampu memastikan keamanan data dan transaksi, baik secara *offline* dan *online*, seperti transaksi lewat *teller*, ATM, dan *mobile banking*. Bank yang dapat menjamin keamanan data dan transaksi perbankan akan meningkatkan kepercayaan pelanggan".

(Budi, 2015) pada jurnal (Mukhtisar et al., 2021) Menyatakan Keamanan informasi merupakan usaha untuk mencegah atau minimal mengidentifikasi penipuan dalam sistem informasi yang bersifat digital atau tanpa wujud fisik. Perlindungan ini melibatkan keamanan informasi dan sistem pengguna dari kejahatan penipuan. Secara empiris, keamanan telah terbukti memengaruhi pengguna *mobile banking*.

Keamanan dalam menyimpan uang krusial bagi nasabah bank, keamanan memberikan kepercayaan kepada dana yang mereka simpan atau investasikan. Teknologi keamanan yang disediakan oleh bank, seperti layanan perbankan internet, SMS *banking*, telepon *banking*, dan berbagai layanan lainnya, berperan dalam hal ini (Damayanti, 2017).

(Afghani & Yulianti, 2017) Keamanan, meskipun tidak langsung, dapat memastikan keberlanjutan bisnis dan meminimalkan berbagai risiko. Ini karena keamanan berarti tindakan untuk melindungi aset informasi dari ancaman. Sangat penting untuk menjaga keamanan dan kerahasiaan informasi pelanggan dalam layanan perbankan *online* karena pelanggan mempercayakannya kepada bank.

Berdasarkan penelitian (Onsardi & Putri, 2021) dan penelitian di atas, dapat di ambil kesimpulan bahwa Keamanan punya pengaruh positif kepada loyalitas nasabah.

H3: Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Nasabah BSI

2.3.4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI

(Hamzah & Purwati, 2019b) Menjelaskan kualitas layanan adalah "tindakan yang diterima konsumen dari produsen melalui penawaran produk dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Layanan ini disesuaikan dengan kemampuan dan tantangan yang dihadapi produsen pada saat itu, serta memberikan kemudahan kepada konsumen berdasarkan karakteristik produk dan layanan yang ditawarkan. Kualitas pelayanan adalah tindakan yang dapat diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain dalam bentuk layanan tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apa pun".

(Ahmad Zikri, 2022) Untuk menjaga penilaian positif di mata pelanggan dan masyarakat umum, serta untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan pelanggan, perusahaan harus memberikan layanan terbaik kepada pelanggannya. Kualitas layanan adalah kegiatan yang dilaksanakan perusahaan guna membantu pelanggan mencukupi kebutuhan dan keinginan mereka secara tepat dan menyelesaikan masalah mereka dengan demikian pelanggan puas.

Perhatian terhadap kualitas pelayanan sangat krusial karena hal ini dapat mendukung bisnis untuk tetap bersaing di era globalisasi saat ini (Darmawan & Ridlwan, 2018).

(Tri Ratnasari & Aksa, 2011) kualitas adalah atribut dan fitur produk yang berkontribusi pada memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan merupakan faktor utama yang menarik perhatian pelanggan, sehingga banyak bisnis mengandalkannya untuk membangun minat pelanggan. Perusahaan harus mampu memberikan layanan yang berkualitas, penuh kejujuran, dapat dipercaya, dan bertanggung jawab.

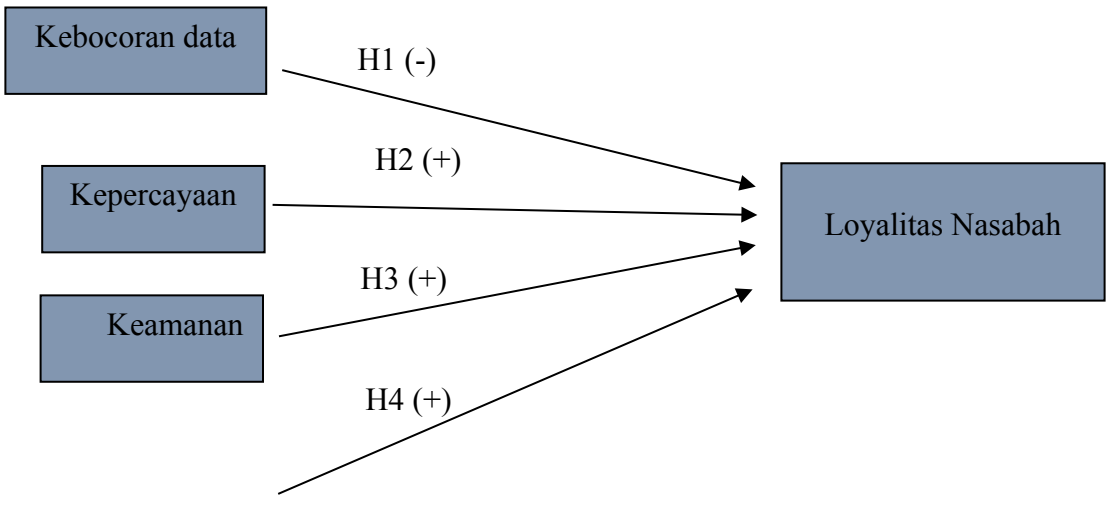
Kualitas pelayanan merujuk pada evaluasi pelanggan terhadap esensi layanan yang mereka terima. Masyarakat saat ini cenderung lebih mengutamakan layanan unggul, bukan hanya kualitas produk, tetapi juga kenyamanan dalam pelayanan yang mereka nikmati (Hamzah & Purwati, 2019).

Berdasarkan temuan dari (Hadisurya, 2008) serta penelitian yang sudah dijelaskan tadi, bisa disimpulkan kualitas layanan berperan penting dan memiliki dampak positif terhadap tingkat loyalitas nasabah.

H4: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BSI

2.4. Kerangka Penelitian

Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian




Kualitas Layanan

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Metode Penelitian

Penelitian ini memakai pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana kuesioner melalui Google Form digunakan untuk mengumpulkan data dari nasabah Bank BSI yang aktif memakai aplikasi BSI Mobile.

3.2. Populasi Dan Sampel

Populasi ialah wilayah dasar untuk generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan ciri tertentu yang ditentukan peneliti Menurut (Sugiyono, 2017) dalam (Kumala & Mutia, 2020). Populasi bisa melibatkan manusia, objek, atau fenomena alam. Fokus penelitian ini ialah mahasiswa nasabah Bank BSI yang memakai aplikasi BSI Mobile. Sampel ialah "bagian dari populasi yang dipilih dengan kriteria tertentu untuk mewakili populasi" (Kumala & Mutia, 2020). Penelitian ini memakai metode pengambilan sampel sistematis, memilih anggota sampel berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan (Fajri et al., 2022).

Kriteria sampel yang dipakai dalam penelitian ini antara lain :

1. Nasabah Bank BSI
2. Memakai aplikasi layanan bank BSI
3. Berdomisili di Kota Yogyakarta

Menurut (Joseph F. Hair, 1998) dalam (Soetandio & Effendy, 2024) Disarankan untuk menggunakan lebih dari 30 sampel untuk mengukur populasi yang tidak dapat dihitung, sedangkan sekitar 100 sampel dianggap cukup untuk survei bisnis.

Berdasarkan metode pengukuran tersebut, disarankan menggunakan 30 sampel, sementara sekitar 100 sampel dianggap cukup untuk kebutuhan bisnis. Maka, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 105 responden.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Agar hasil penelitian lebih akurat, penelitian ini memakai data primer. Kuesioner dirancang lewat Google Form, di mana responden diminta untuk memilih jawaban yang telah disiapkan. Responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank BSI.

3.4. Metode Pengukuran Data

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dievaluasi menggunakan berbagai macam penekanan. Studi ini menggunakan skala Likert dari 1–6 untuk mengukur. Kuesioner diberikan dalam bentuk pilihan ganda dengan tingkat penekanan yang berbeda untuk setiap pertanyaan. Bobot untuk setiap kuesioner adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Skala Likert

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Cukup Setuju (CS)	4
Setuju (S)	5
Sangat Setuju (SS)	6

3.5. Definisi Variabel Operasional

3.5.1. Variabel Independen

Variabel independen ini punya pengaruh terhadap variabel dependen tanpa dapat pengaruhi oleh variabel lainnya. Penelitian ini mencakup 4 variabel independen, yaitu Kebocoran Data, Kepercayaan, Keamanan, dan Kualitas Layanan.

Tabel 3. 2 Variabel Independen

Variabel	Pengukuran	Sumber
Kebocoran data (X_1)	1. "Saya berpikir bahwa kebocoran data nasabah disebabkan oleh kelemahan sistem BSI". 2. "Saya khawatir data pribadi dan dana saya di BSI akan disalahgunakan karena adanya kebocoran data nasabah". 3. "Saya mengalami masalah akses atau error pada akun BSI *mobile*". 4. "Saya menghadapi gangguan dalam layanan transaksi (ATM dan *teller*)". 3. "Saya berencana menyebarkan informasi negatif tentang BSI karena terjadinya	(Nsibande, 2020)

	kebocoran data nasabah".	
Kepercayaan (X_2)	1. "Saya yakin BSI melayani nasabah dengan sikap tulus dan baik". 2. "Saya percaya BSI mampu menangani dan bertanggung jawab atas masalah atau kasus yang terjadi". 3. "Saya mempercayai semua informasi yang disampaikan oleh BSI". 4. "Saya siap menerima risiko dan konsekuensi saat menggunakan produk dan layanan BSI". 5. "Saya percaya BSI akan memenuhi ekspetasi saya".	(Maharani, 2010)
Keamanan (X_3)	1. "Saya menerima informasi dari BSI dengan jujur dan transparan". 2. "Saya yakin bahwa	(Putri, 2024)

	dana yang saya simpan di BSI aman". 3. "Saya percaya bahwa kerahasiaan informasi pribadi saya terjaga". 4. "Saya percaya dengan sistem keamanan BSI". 5. "Saya yakin BSI telah meningkatkan keamanan mereka setelah terjadi serangan ransomware".	
Kualitas Layanan (X_4)	1. "Saya merasa senang dengan fasilitas yang diberikan oleh BSI". 2. "Saya merasa layanan BSI sesuai dan memuaskan". 3. "Saya merasa terbantu dengan cepat dan tepat oleh pelayanan BSI saat menghadapi masalah". 4. "Saya yakin dengan kemampuan dan pengetahuan BSI dalam menjalankan tanggung jawab". 5. "Saya merasa penjelasan dan	(Ismulyaty et al., 2022)

	komunikasi dari pihak BSI mudah dipahami".	

3.5.2. Variabel Dependen

Loyalitas pelanggan ialah variabel dependennya, dan variabel dependen utama pada penelitian ini ialah variabel terikat.

Tabel 3. 3 Variabel Dependen

Variabel	Pengukuran	Sumber
Loyalitas Pelanggan (Y)	1. "Saya tidak berminat atau tidak berencana menggunakan layanan perbankan lain". 2. "Saya merasa puas dan kinerja BSI telah memenuhi harapan saya". 3. "Saya percaya bahwa BSI menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik". 4. "Saya merasakan kemudahan saat menggunakan produk dan layanan BSI".	(Yuliawati, 2017)

	5. “Saya menggunakan produk dan layanan BSI secara rutin dan berulang”. 6. “Saya merekomendasikan produk dan layanan BSI kepada orang-orang di sekitar saya”.	

3.6. Metode Analisis Data

Penelitian ini memakai metode analisis data kuantitatif. Data dianalisis secara deskriptif dengan *software* SPSS versi 25.

3.6.1. Statistik Deskriptif

Penelitian ini fokus pada data dengan distribusi normal. Statistik deskriptif dipakai guna menggambarkan karakteristik variabel penelitian berdasarkan rata-rata, nilai tertinggi, dan terendah (Ghozali, 2018). Analisis ini diterapkan untuk variabel seperti kebocoran data, kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan, dengan tujuan menggambarkan distribusi variabel tersebut, termasuk rata-rata, standar deviasi, serta nilai maksimum dan minimum.

3.6.2. Uji Instrumen

3.6.2.1. Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2017) dalam (Aeniyatul, 2019), uji validitas bertujuan untuk memastikan data yang dikumpulkan mencerminkan keadaan sebenarnya dari subjek penelitian. Validitas diuji dengan kuesioner yang menilai keakuratan data. pada penelitian ini, angket

dipakai guna mengukur variabel, di mana responden memberikan pendapat dan perasaan mereka. Agar valid, angket harus memenuhi standar validitas dan reliabilitas (Darsiko, 2021).

3.6.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Sugiharto, 2006) dalam (Sanaky, 2021), uji reliabilitas bertujuan guna memastikan bahwa instrumen yang dipakai pada penelitian dapat dipercaya dalam mengumpulkan data serta memiliki kemampuan untuk menggambarkan informasi yang sebenarnya di lapangan. Selain itu, uji normalitas dilakukan guna mengevaluasi apakah distribusi data dari suatu kelompok atau variabel mengikuti pola distribusi normal, yang penting untuk memastikan keabsahan metode statistik yang dipakai dalam analisis data. Beberapa ahli statistik menyatakan bahwa data dengan jumlah lebih dari 30 ($n > 30$), yang disebut sebagai sampel besar, umumnya dianggap berdistribusi normal. Namun, karena ukuran sampel besar tidak selalu mewakili pola distribusi sampel kecil, uji normalitas tetap diperlukan guna memastikan jika data benar-benar berdistribusi normal (Suliyanto, 2018).

3.6.3. Uji Asumsi Klasik

3.6.3.1. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016) yang dikutip dalam (Prabowo, 2018), "uji normalitas bertujuan untuk menentukan apakah residu dalam model regresi mengikuti distribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi dasar dalam analisis regresi untuk memastikan validitas hasil yang diperoleh". Uji ini penting untuk memastikan hasil uji statistik yang andal. Meskipun data dengan sampel besar cenderung normal, uji normalitas tetap diperlukan untuk memastikan distribusi data, terutama pada residu (Suliyanto, 2018).

3.6.3.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dipakai untuk mengevaluasi adanya hubungan linier yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Beberapa alat analisis, seperti Variance Inflation Factor (VIF), Tolerance, dan koefisien korelasi, diterapkan untuk mendeteksi potensi interkorelasi yang dapat memengaruhi keakuratan estimasi dalam model regresi. Jika nilai VIF > 10,00, terdapat multikolinearitas; jika < 10,00, tidak ada masalah multikolinearitas (Hidayat, 2016).

3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan untuk memeriksa apakah terdapat ketidakkonsistenan variabilitas dalam model regresi. Uji Glejser digunakan untuk mendeteksi gejala tersebut. Menurut (Nugraha ,2022), "Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas."

3.6.4. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Sudariana & Yoedani, 2022), regresi linear berganda, yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai "multiple linear regression," ialah metode analisis statistik yang digunakan guna memberikan gambaran hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen atau prediktor. Dalam konteks penelitian ini, faktor-faktor seperti kebocoran data, kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan dianggap punya pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan BSI. Dengan menggunakan regresi linear berganda, hubungan antara faktor-faktor tersebut dan loyalitas pelanggan dapat dianalisis secara lebih mendalam. Regresi linear berganda dapat digambarkan melalui persamaan matematika berikut:

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

Konstanta

= *Kebocoran Data*

Kepercayaan

Keamanan

Kualitas Layanan

Koefisien Regresi

error

3.6.5. Uji Hipotesis

3.6.5.1. Uji T

Menurut (Sugiyono, 2018), "Uji T digunakan untuk menguji pengaruh parsial variabel independen terhadap variabel dependen." Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka variabel-variabel seperti kebocoran data, kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan dapat dianggap memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan BSI. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing faktor tersebut secara individu berkontribusi terhadap perubahan dalam tingkat loyalitas pelanggan.

3.6.5.2. Uji F

Uji F dipakai guna menguji pengaruh secara bersama-sama dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi F

< 0,05, maka variabel independen dianggap punya pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika signifikansi > 0,05, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel-variabel tersebut. Selain itu, pengujian ANOVA *(Analysis of Variance)* diterapkan untuk menarik kesimpulan berdasarkan analisis data yang telah dilakukan (Ghozali, 2016).

3.6.5.3. Uji R

Menurut (Ghozali, 2016), pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh model regresi bisa menjelaskan pengaruh keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen, yang diwakili oleh nilai R^2. Koefisien determinasi juga menggambarkan kontribusi masing-masing variabel independen dalam model untuk menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen. Hal ini bisa dilihat lewat nilai R^2 yang tertera dalam tabel Perincian Model. Jika nilai koefisien determinasi rendah, berarti variabel independen kurang efektif dalam menjelaskan variabel dependen. Sebaliknya, nilai R^2 yang mendekati angka 1 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang sangat baik dalam memprediksi variabel dependen secara akurat.

BAB IV PEMBAHASAN

4.1. Hasil Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, nasabah BSI yang ada di Yogyakarta dijadikan responden. Pengumpulan data dilaksanakan lewat kuesioner, disebarkan menggunakan Google Form. Sebanyak 105 kuesioner telah disebarkan kepada responden, dan hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa semua 105 responden mengisi kuesioner secara lengkap. Dengan demikian, data yang terkumpul dapat dilanjutkan untuk analisis lebih lanjut.

4.2. Analisis Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden dikelompokkan berdasarkan beberapa kriteria, di antaranya jenis kelamin, domisili (Kabupaten/Kota) di Yogyakarta, tingkat pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan atau uang saku bulanan, serta status mereka sebagai nasabah BSI yang tinggal di Yogyakarta.

4.2.1. Usia Responden

Ringkasan karakteristik responden berdasarkan usia bisa dilihat di tabel di bawah ini:

Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
19	1	1.0%
20	5	4.8%

20		
21		19.0%
22	36	34.3%
23	17	16.2%
24	10	9.5%
25	5	4.8%
27	4	3.8%
28	1	1.0%
29	1	1.0%
30	3	2.9%
35	1	1.0%
45	1	1.0%
Total	105	100.0%

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Dari Tabel 4.1, responden terbanyak pada kelompok usia di atas 20 tahun, dengan usia 22 tahun sebagai yang terbanyak (34,3%), diikuti 21 tahun (19,0%) dan 24 tahun (9,5%).

4.2.2. Jenis Kelamin Responden

Dari hasil kuesioner yang didapatkan, karakteristik responden menurut jenis kelamin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	49	46.7%
Perempuan	56	53.3%
Total	105	100%

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 4.2, responden terdiri dari 46,7% laki-laki (49 orang) dan 53,3% perempuan (56 orang) dari total 105 responden, dengan jumlah responden perempuan lebih banyak.

4.2.3. Domisili (Kabupaten/Kota) di Yogyakarta Responden

Sleman punya tingkat kepadatan penduduk tinggi, yang menyebabkan minat terhadap layanan keuangan juga lebih besar. Hal ini tercermin dari data domisili responden dalam penelitian ini, di mana jumlah tertinggi berasal dari Sleman dengan 64 responden, diikuti oleh Kota Yogyakarta dengan 21 responden, dan Bantul dengan 15 responden. Berikut ini adalah rangkuman karakteristik responden menurut domisili kabupaten/kota di Yogyakarta:

Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili (Kabupaten/Kota) di Yogyakarta

Domisili (Kabupaten/kota) di Yogyakarta	Frekuensi	Persentase
Bantul	15	14.3
Gunung Kidul	3	2.9

Kota Yogyakarta	21	20.0
Kulon Progo	2	1.9
Sleman	64	61.0
Total	105	100.0

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

4.2.4. Pendidikan Terakhir Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner, berikut adalah klasifikasi tingkat pendidikan terakhir responden dalam penelitian ini:

Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
Diploma	5	4.8%
Magister	3	2.9%
Sarjana	60	57.1%
SMA/SMK	37	35.2%
Total	105	100.0%

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Hasil penelitian menunjukkan mayoritas responden berpendidikan Sarjana (60 orang), diikuti lulusan SMA/SMK (37 orang), pada Tabel 4.4.

4.2.5. Pekerjaan Responden

Mayoritas responden adalah pelajar atau mahasiswa, dengan 49 orang berusia antara 21-24 tahun, menunjukkan mereka masih dalam tahap pendidikan. Ringkasan karakteristik responden menurut jenis pekerjaan:

Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Lainnya	18	17.1%
Pegawai Swasta	32	30.5%
Pelajar/Mahasiswa	49	46.7%
Wiraswasta	6	5.7%
Total	105	100.0%

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

4.2.6. Uang Saku Per bulan Responden

Berikut ini adalah data mengenai uang saku bulanan responden yang didapatkan dari hasil kuesioner yang disebarkan dalam penelitian ini:

Tabel 4. 6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Uang Saku Per bulan Responden

Uang Saku Perbulan Responden	Frekuensi	Presentase
<Rp 1.000.000	10	9.5
<Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000	7	6.7
<Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000	22	21.0
<Rp 2.500.000 - 5.000.000	42	40.0

>Rp 5.000.000	24	22.9
Total	105	100.0

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Berdasarkan data uang saku bulanan, 10 orang (9,5%) menerima kurang dari Rp 1.000.000, 7 orang (6,7%) memperoleh antara Rp 1.000.000–Rp 1.500.000, 22 orang (21,0%) menerima antara Rp 1.500.000–Rp 2.500.000, 42 orang (40,0%) mendapatkan antara Rp 2.500.000–Rp 5.000.000, dan 24 orang (22,9%) memperoleh lebih dari Rp 5.000.000. Mayoritas responden menerima uang saku dalam kisaran Rp 2.500.000 hingga Rp 5.000.000.

4.2.7. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif ialah cabang dari ilmu statistika yang fokus pada bagaimana data penelitian dikumpulkan, diorganisasikan, dan disajikan. Tujuan dari cabang ini adalah guna membuat data lebih mudah dipahami dengan cara merangkum, menampilkan, dan menggambarkan data dalam format yang jelas dan komprehensif. Statistik deskriptif hanya terbatas pada aktivitas menjelaskan atau memberikan informasi terkait data, kondisi, atau fenomena yang ada, serta hanya menyajikan gambaran umum dari data yang didapatkan (Widodo, 2018).

Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	Responden	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebocoran Data	105	1.00	5.00	2.9867	.94798
Kepercayaan	105	1.60	6.00	4.4990	1.04297
Keamanan	105	1.00	6.00	4.4629	1.04672

Kualitas Layanan	105	1.20	6.00	4.5790	1.01106
Loyalitas Nasabah	105	1.60	6.00	4.6400	.96173

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Hasil pengujian mencakup total sampel, nilai minimum dan maksimum, rata-rata, serta standar deviasi. Jumlah sampel menunjukkan partisipan, nilai min dan max menunjukkan rentang data, rata-rata mencerminkan nilai tengah, dan standar deviasi menggambarkan sebaran data sekitar rata-rata.

Berikut hasil pengujian tabel 4.7:

1. Kebocoran Data: Min 1,00, Max 5,00, Mean 2,9867, Std Dev 0,94798.
2. Kepercayaan: Min 1,60, Max 6,00, Mean 4,4990, Std Dev 1,04297.
3. Keamanan: Min 1,00, Max 6,00, Mean 4,4629, Std Dev 1,04672.
4. Kualitas Layanan: Min 1,20, Max 6,00, Mean 4,5790, Std Dev 1,01106.
5. Loyalitas Nasabah: Min 1,60, Max 6,00, Mean 4,6400, Std Dev 9,6173.

4.2.8. Uji Validitas

Uji validitas memastikan alat ukur menghasilkan hasil akurat dan dapat diandalkan, serta mengukur tujuan dengan baik (Ningrum, 2022).

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikato	Rhitun	Rtabel	Sig	Keteranga

	r	g			n
Kebocoran Data (X1)	X1.1	0.687	0.1918	0.000	Valid
	X1.2	0.646	0.1918	0.000	Valid
	X1.3	0.793	0.1918	0.000	Valid
	X1.4	0.794	0.1918	0.000	Valid
	X1.5	0.728	0.1918	0.000	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0.913	0.1918	0.000	Valid
	X2.2	0.921	0.1918	0.000	Valid
	X2.3	0.834	0.1918	0.000	Valid
	X2.4	0.837	0.1918	0.000	Valid
	X2.5	0.827	0.1918	0.000	Valid
Keamanan (X3)	X3.1	0.892	0.1918	0.000	Valid
	X3.2	0.907	0.1918	0.000	Valid
	X3.3	0.922	0.191	0.00	Valid

			8	0	
	X3.4	0.912	0.1918	0.000	Valid
	X3.5	0.915	0.1918	0.000	Valid
Kualitas Layanan (X4)	X4.1	0.916	0.1918	0.000	Valid
	X4.2	0.897	0.1918	0.000	Valid
	X4.3	0.945	0.1918	0.000	Valid
	X4.4	0.925	0.1918	0.000	Valid
	X4.5	0.885	0.1918	0.000	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y1	0.855	0.1918	0.000	Valid
	Y2	0.837	0.1918	0.000	Valid
	Y3	0.819	0.1918	0.000	Valid
	Y4	0.845	0.1918	0.000	Valid
	Y5	0.866	0.1918	0.000	Valid

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa r hitung > r tabel (0,1918) dan p-value < 0,05, jadi seluruh item pernyataan dianggap valid.

4.2.9. Uji Asumsi Klasik

4.2.9.1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengukur seberapa jauh alat ukur menghasilkan data yang konsisten dan stabil. Uji reliabilitas mengevaluasi konsistensi hasil alat ukur jika digunakan berulang kali, dengan indikator seperti *"Cronbach's Alpha"*. Alat ukur dianggap reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70 (Ghozali, 2016).

Tabel 4. 9 Tabel Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Koefisien *Alpha Cronbach's*	Nilai Kritis	Keterangan
1	Kebocoran Data (X1)	0.771	0.7	Reliabel
2	Kepercayaan (X2)	0.918	0.7	Reliabel
3	Keamanan (X3)	0.947	0.7	Reliabel
4	Kualitas Layanan (X4)	0.950	0.7	Reliabel
5	Loyalitas Nasabah (Y)	0.899	0.7	Reliabel

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Dari hasil uji reliabilitas,36 Koefisien *Alpha Cronbach's* seluruh variabel di atas 0,7, sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

4.2.9.2. Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2016), uji ini dipakai guna menentukan apakah sampel data berasal dari populasi dengan distribusi normal. Distribusi ini memiliki kurva simetris, dengan standar deviasi yang menentukan tinggi dan lebar kurva, serta rata-rata *(mean)* yang berada di tengah kurva.

Uji normalitas dimulai dengan H yang menyatakan data berdistribusi normal. Jika p-value < 0,05, H ditolak, dan data dianggap tidak normal. Sebaliknya, jika p-*value* > 0,05, H diterima, dan data dianggap normal.

Tabel 4. 10 Tabel Uji Normalitas

Variabel	Asymp.Sig	Nilai Kritis	Keterangan
Residual	0.474	0.05	Normal

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Hasil uji normalitas memperlihatkan nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,844 dan *Asymp. Sig. (2-tailed)* 0,474 > 0,05, sehingga data berdistribusi normal.

4.2.9.3. Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinearitas guna mengevaluasi adakah model regresi yang saling berkorelasi kuat di variabel independen. Jika nilai VIF kurang dari 10,00, model tidak memperlihatkan gejala multikolinearitas (Gide, 1967).

Tabel 4. 11 Tabel Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolarance	VIF	
Kebocoran Data	0.745	1.342	Bebas Multikolinearitas
Kepercayaan	0.361	2.772	Bebas Multikolinearitas
Keamanan	0.411	2.432	Bebas Multikolinearitas
Kualitas Layanan	0.349	2.944	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

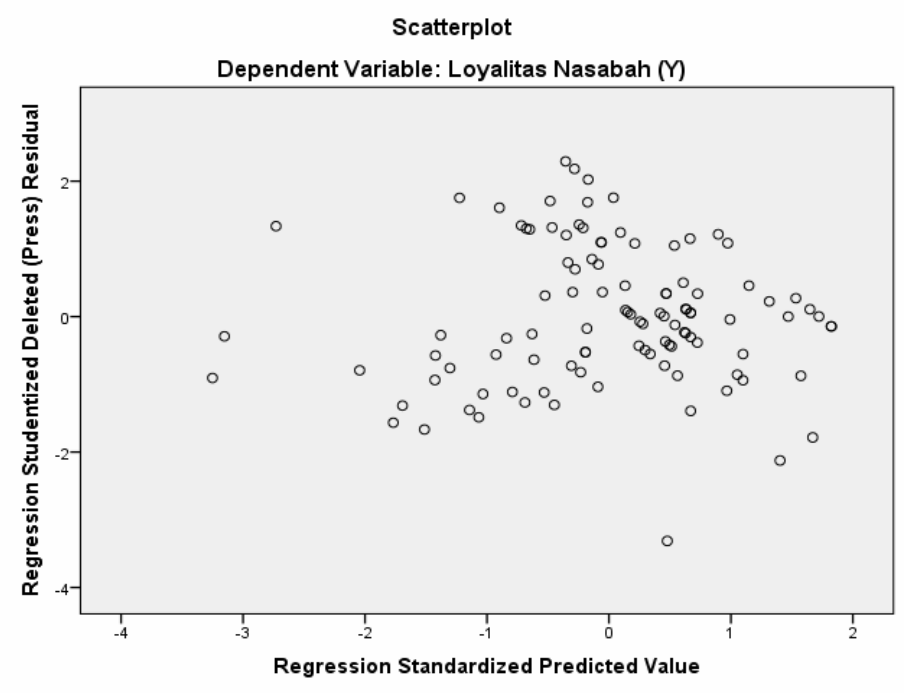
Karena nilai VIF seluruh variabel kurang dari 10 (VIF < 10) dan Toleransi di atas 0,1, maka model tidak mengalami multikolinieritas.

4.2.9.4. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Muhson, 2012), uji heteroskedastisitas dipakai guna menguji perbedaan varians residual pada model regresi. Homoskedastisitas terjadi apabila varians *residual* konsisten, sedangkan heteroskedastisitas terjadi jika variansnya berubah. Model regresi yang baik mesti bebas dari heteroskedastisitas.

Di penelitian ini, heteroskedastisitas diuji dengan metode Glejser. Jika nilai signifikansi < 0,05, ada indikasi heteroskedastisitas, dan jika ≥ 0,05, ada indikasi homoskedastisitas.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Berdasarkan Tabel 4.12, tersebar titik-titik secara acak disekitar garis nol pada sumbu Y, tanpa pola tertentu, jadi bisa ditarik kesimpulan tidak ada heteroskedastisitas.

4.2.10. Analisis Regresi Linear

Menurut (Hasan, 2002) dalam (Matulessy & Tambunan, 2023) "analisis regresi linier berganda dipakai untuk menjelaskan hubungan linear antara variabel independen dan dependen, serta guna menentukan arah hubungan dan memprediksi *value* variabel dependen berdasarkan perubahan pada variabel independen".

Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	1.766	0.447	3.953	0.000
Kebocoran Data (X1)	-0.164	0.067	-2.439	0.017
Kepercayaan (X2)	0.200	0.088	2.284	0.024
Keamanan (X3)	0.321	0.082	3.915	0.000
Kualitas Layanan (X4)	0.225	0.093	2.415	0.018
Dependen Variabel : Loyalitas Nasabah				

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Berdasarkan data yang terdapat pada tabel 4.12, dapat diambil kesimpulan persamaan model regresi. Persamaan regresi dituliskan sebagai berikut:

$$Y = 1.766 - 0.164\ X1 + 0.200\ X2 + 0.321\ X3 + 0.225\ X4$$

Berdasarkan koefisien regresi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta dalam persamaan regresi adalah sebesar 1.766, yang berarti bahwa jika semua variabel independen (X1, X2, X3, dan X4) bernilai nol, maka nilai variabel dependen, yaitu Loyalitas Nasabah (Y), diprediksi akan bernilai sebesar 1.766. Konstanta ini merepresentasikan nilai dasar dari loyalitas nasabah ketika tidak ada pengaruh dari kebocoran data, kepercayaan, keamanan, dan kualitas layanan.

Koefisien regresi untuk variabel Kebocoran Data (X1) adalah -0.164, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kebocoran

data akan menyebabkan penurunan loyalitas nasabah sebesar 0.164, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Koefisien negatif ini berarti bahwa semakin besar kebocoran data yang terjadi, maka loyalitas nasabah akan semakin menurun. Sebaliknya, semakin rendah kebocoran data, maka semakin tinggi loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kebocoran data berdampak buruk pada loyalitas nasabah.

Sementara itu, koefisien regresi variabel kepercayaan (X) sebesar 0.200 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kepercayaan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.200, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Koefisien positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan yang dirasakan oleh nasabah, semakin tinggi pula loyalitas mereka. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan, maka semakin rendah pula loyalitas nasabah.

Koefisien regresi untuk variabel keamanan (X) adalah 0.321, yang memiliki arti bahwa peningkatan keamanan sebesar satu satuan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.321, dengan asumsi faktor lain konstan. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif yang cukup kuat terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya, jika keamanan menurun, loyalitas nasabah juga akan berkurang.

Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan (X) adalah 0.225, yang berarti setiap peningkatan satu satuan dalam kualitas layanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.225, dengan asumsi variabel lainnya konstan. Ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan juga berdampak positif terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya, penurunan kualitas layanan akan berdampak pada penurunan loyalitas nasabah.

4.3. Uji T

"Uji statistik t mengukur pengaruh variabel independen terhadap dependen dengan membandingkan nilai t dan t-tabel. Jika signifikansi lebih dari 0,05, H0 diterima, menunjukkan tidak ada pengaruh. Jika kurang dari 0,05, H0 ditolak, menunjukkan ada pengaruh" (Ghozali, 2016).

Tabel 4. 14 Hasil Uji T

Hipotesis	Deskripsi	B	T_{hitung}	Sig-t	Keterangan
H1	Kebocoran data berpengaruh negatif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah	-0.164	-2.439	0.017	Hipotesis Diterima
H2	Kepercayaan berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah	0.200	2.284	0.024	Hipotesis Diterima
H3	Keamanan berpengaruh	0.321	3.915	0.000	Hipotesis Diterima

	positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah				
H4	Kualitas layanan spiritual berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah	0.225	2.415	0.018	Hipotesis Diterima

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

1. **Kebocoran Data**

Pengaruh Kebocoran Data (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) tercermin dari koefisien regresi -0,164, Artinya setiap peningkatan Kebocoran Data (X1) sebesar 1 satuan, maka akan diikuti dengan penurunan Loyalitas Nasabah (Y) sebesar -0.164 satuan, dengan asumsi ceteris paribus (variabel lain dalam kondisi konstan). Hasil uji signfikansi diperoleh t hitung sebesar -2.439 dan probabilitas sebesar 0.017 < 0.05 sehingga terdapat pengaruh negatif secara signifikan variabel Kebocoran Data (X1) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan "H1: Kebocoran Data Berpengaruh Negatif Terhadap Loyalitas Nasabah" **diterima.**

2. **Kepercayaan**

Pengaruh Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) tercermin dari koefisien regresi 0,200, Artinya setiap peningkatan Kepercayaan (X2) sebesar 1 satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0.200 satuan, dengan asumsi ceteris paribus (variabel lain dalam kondisi konstan). Hasil uji signfikansi diperoleh t hitung sebesar 2.284 dan probabilitas sebesar 0.024 < 0.05 sehingga terdapat pengaruh positif secara signifikan variabel Kepercayaan (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan "H2: Kepercayaan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Nasabah" **diterima**.

3. **Keamanan**

Pengaruh Keamanan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) tercermin dari koefisien regresi 0,321, Artinya setiap peningkatan Keamanan (X3) sebesar 1 satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0.321 satuan, dengan asumsi ceteris paribus (variabel lain dalam kondisi konstan). Hasil uji signfikansi diperoleh t hitung sebesar 3.915 dan probabilitas sebesar 0.000 < 0.05 sehingga terdapat pengaruh positif secara signifikan variabel Keamanan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis ketiga penelitian yang menyatakan "H3: Keamanan Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Nasabah BSI" **diterima**.

4. **Kualitas Layanan**

Pengaruh Kualitas Layanan (X4) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dicerminkan oleh koefisien regresi 0,225, Artinya setiap peningkatan Kualitas Layanan (X4) sebesar 1 satuan, maka akan diikuti dengan peningkatan Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0.225 satuan, dengan asumsi ceteris paribus (variabel

lain dalam kondisi konstan). Hasil uji signfikansi diperoleh t hitung sebesar 2.415 dan probabilitas sebesar 0.018 < 0.05 sehingga terdapat pengaruh positif secara signifikan variabel Kualitas Layanan (X4) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Dengan demikian hipotesis keempat yang menyatakan "**H4: Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BSI" diterima.**

4.4. Uji F

Menurut (Ghozali, 2013), "uji F dipakai untuk menentukan apakah variabel independen punya pengaruh pada variabel dependen. Hipotesis nol (H0) menyatakan bahwa semua parameter dalam model bernilai nol. Jika *value* F hitung > *value* F tabel dan signifikan, berarti H0 ditolak, menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama punya pengaruh pada variabel dependen".

Tabel 4. 15 Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	51.551	0.000[b]
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X4), Kebocoran Data (X1), Keamanan (X3), Kepercayaan (X2)

Uji F menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 51.551, probabilitas 0.000 < 0.05, yang berarti variabel Kebocoran Data (X1), Kepercayaan (X2), Keamanan (X3), dan Kualitas Layanan (X4) bersama-sama punya pengaruh signifikan kepada Loyalitas Nasabah (Y).

Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa model regresi memiliki goodness of fit yang baik, yaitu model yang dihasilkan mampu menjelaskan variabilitas dalam loyalitas nasabah (Y) dengan baik. Dengan kata lain, kombinasi dari variabel Kebocoran Data (X1), Kepercayaan (X2), Keamanan (X3), dan Kualitas Layanan (X4) secara bersama-sama memberikan kontribusi yang berarti dalam menjelaskan perubahan dalam loyalitas nasabah. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan model yang digunakan dalam penelitian ini relevan dan dapat digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

4.5. Uji R

Koefisien determinasi (R^2) mengetahui "sejauh mana model menerangkan variasi pada variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1; nilai rendah menunjukkan pengaruh variabel independen yang kecil, sementara nilai yang hampir 1 memberikan petunjuk bahwa variabel independen hampir sepenuhnya menerangkan variasi pada variabel dependen" (Ghozali, 2013).

Tabel 4. 16 Hasil Uji R

Model	*R*	*R Square*	*Adjusted R Square*	*Std. Error of the Estimate*
1	0.821[a]	0.673	0.660	0.56048

a. *Predictors*: (Constant), Kualitas Layanan (X4), Kebocoran Data (X1), Keamanan (X3), Kepercayaan (X2)

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2024

Koefisien Determinasi sebesar 0.673 menunjukkan bahwa Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 67.3% dapat diterangkan oleh variabel Kebocoran Data (X1), Kepercayaan (X2), Keamanan (X3) dan Kualitas Layanan (X4), dan sisanya sebesar 32.7% diterangkan oleh variabel lain.

Dengan kata lain, faktor-faktor yang diteliti memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam menjelaskan loyalitas nasabah. Sementara itu, sisa 32.7% menunjukkan bahwa terdapat faktor lain di luar model ini yang juga memengaruhi loyalitas nasabah, seperti harga produk, pengalaman pelanggan, reputasi merek, inovasi layanan, serta faktor eksternal seperti kondisi ekonomi dan persaingan pasar. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat peluang untuk meningkatkan model dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain.

4.6. PEMBAHASAN

4.6.1. Pengaruh Kebocoran Data Terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Yogyakarta

Hasil uji t menunjukkan *value* t_{hitung} -2,439, probabilitas 0,017 < 0,05, yang berarti ada pengaruh negatif signifikan antara Kebocoran Data dan Loyalitas Nasabah BSI di Yogyakarta, sehingga hipotesis awal diterima. Temuan ini mendukung hipotesis awal bahwa kebocoran data memiliki dampak negatif terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Temkar & Vardhini, 2023) yang menyatakan bahwa kebocoran data dapat menyebabkan nasabah berpindah ke bank lain, sehingga berkontribusi pada penurunan loyalitas. Dengan demikian, meskipun kebocoran data berpotensi merusak reputasi bank, masih terdapat peluang untuk memulihkan kepercayaan dengan meningkatkan keamanan dan transparansi dalam pengelolaan data.

Hasil penelitian ini juga diperkuat oleh temuan Kusuma & Rahmani (2022) yang menyatakan bahwa kebocoran data tidak hanya mengurangi tingkat kepercayaan, tetapi juga berdampak langsung pada loyalitas nasabah. Mereka menemukan bahwa nasabah yang merasa data

mereka tidak aman cenderung mencari alternatif layanan perbankan yang dianggap lebih andal dan aman. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan data merupakan faktor krusial dalam mempertahankan loyalitas pelanggan di sektor perbankan, terutama di era digital saat ini di mana ancaman keamanan siber semakin meningkat.

Selain itu, penelitian oleh (Strzelecki & Rizun, 2022) juga mendukung hasil yang serupa, di mana mereka menyimpulkan bahwa kebocoran data memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan data yang tidak terjamin dapat menjadi faktor utama yang mengurangi tingkat keterikatan nasabah terhadap bank. Oleh karena itu, langkah-langkah strategis seperti penerapan kebijakan keamanan yang lebih ketat, edukasi nasabah tentang perlindungan data pribadi, serta peningkatan sistem keamanan teknologi informasi harus menjadi prioritas utama bagi Bank BSI untuk meminimalisir risiko kebocoran data dan meningkatkan loyalitas nasabah.

4.6.2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Yogyakrta

Dari hasil uji t, didapatkan nilai t hitung sebesar 2,284, tingkat signifikansi 0,024 < 0,05. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan dan loyalitas nasabah BSI di Yogyakarta, sehingga hipotesis kedua dapat diterima. Dengan demikian kepercayaan memiliki peran penting dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) di Yogyakarta. Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Utami et al., 2019), yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan faktor kunci dalam menciptakan loyalitas nasabah, karena pelanggan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi

terhadap bank cenderung untuk terus menggunakan layanan yang ditawarkan. Selain itu, penelitian oleh (Laely, 2016) juga mengungkapkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap kredibilitas dan integritas perusahaan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka terhadap layanan yang diberikan.

Temuan ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Sawitri & Kawiana, 2023), yang menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik mampu menjaga loyalitas pelanggan dalam jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang didukung oleh layanan yang berkualitas dapat menciptakan pengalaman positif bagi nasabah, sehingga memperkuat hubungan jangka panjang antara bank dan nasabahnya. Lebih lanjut, (Mayer et al., 1995) dalam (Cahyo, 2014) menjelaskan bahwa kepercayaan merupakan kesiapan individu untuk bergantung pada pihak lain dalam kondisi tertentu tanpa harus bergantung pada kontrol atau pengawasan yang ketat, yang menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki implikasi yang luas dalam interaksi bisnis, khususnya dalam perbankan syariah di mana unsur kejujuran dan transparansi sangat dijunjung tinggi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat teori bahwa kepercayaan memainkan peran krusial dalam membentuk loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan temuan (Pramana & Rastini, 2016), yang menyatakan bahwa kepercayaan nasabah merupakan refleksi dari kepuasan terhadap layanan yang diberikan secara konsisten. Jika kepercayaan nasabah terpenuhi melalui layanan yang lebih baik dari ekspektasi mereka, maka mereka akan cenderung terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang. Oleh karena itu, BSI perlu terus meningkatkan kepercayaan nasabah dengan menjaga kualitas layanan, transparansi, dan komitmen dalam memenuhi kebutuhan nasabah guna mempertahankan loyalitas mereka.

4.6.3. Pengaruh Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Yogyakarta

Hasil uji t menunjukkan *value* t_{hitung} 3.915, probabilitas 0.000 < 0,05, yang mengindikasikan ada pengaruh positif signifikan dari Kepercayaan kepada Loyalitas Nasabah BSI di Yogyakarta, sehingga hipotesis ketiga diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keamanan yang dirasakan oleh nasabah, semakin tinggi pula loyalitas mereka terhadap BSI. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Handoko & Ronny, 2021) yang menyatakan bahwa keamanan sistem perbankan, khususnya dalam melindungi data dari kebocoran akibat peretasan, merupakan faktor penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dalam penelitian (Wardani & Fahlefi, 2022), menyatakan bahwa perlindungan data pribadi diidentifikasi sebagai faktor utama yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga BSI telah berkomitmen dalam menjaga keamanan dengan menerapkan berbagai langkah proteksi seperti pengaturan firewall dan tes penetrasi secara berkala.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan temuan dari penelitian (Wandi et al., 2020), yang menyatakan bahwa keamanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dalam konteks perbankan syariah, keamanan data dan transaksi tidak hanya melibatkan aspek teknis seperti enkripsi dan sistem autentikasi, tetapi juga mencakup kepercayaan yang diberikan oleh nasabah terhadap institusi keuangan dalam mengelola dana mereka dengan aman. Sebagaimana dikemukakan oleh (Dewi, 2016), bank yang mampu menjamin keamanan data, baik dalam transaksi offline seperti teller dan ATM maupun dalam transaksi online seperti mobile banking, akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu,

implementasi teknologi keamanan yang canggih dan upaya bank dalam menjaga informasi pelanggan dari ancaman eksternal merupakan langkah penting dalam mempertahankan loyalitas nasabah.

4.6.4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah BSI di Yogyakarta

Hasil uji t menunjukkan *value* t_{hitung} 2.415, probabilitas 0.018 < 0,05, yang membuktikan ada pengaruh positif signifikan antara Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah BSI di Yogyakarta, sehingga hipotesis keempat diterima. Temuan ini memperkuat pernyataan (Ma'rifa, 2023) yang menyebutkan bahwa kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan terhadap perbedaan antara layanan yang mereka terima dan ekspektasi mereka, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan dan loyalitas. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh (Tjiptono, 2012), yang menegaskan bahwa layanan berkualitas tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan secara signifikan.

Lebih lanjut, penelitian terdahulu seperti yang dilakukan oleh Utami et al. (2019) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan nasabah untuk tetap setia dan berkomitmen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Pendekatan ini relevan dalam industri perbankan, di mana persaingan yang ketat menuntut adanya layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fungsional nasabah, tetapi juga menciptakan pengalaman yang positif dan berkesan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh (Hamzah & Purwati, 2019) juga mengungkapkan bahwa kualitas layanan yang sesuai dengan

kebutuhan pelanggan serta disertai dengan kemudahan dan transparansi dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah.

Temuan penelitian ini juga mendukung pendapat dari (Darmawan & Ridlwan, 2018) yang menyatakan bahwa perhatian terhadap kualitas layanan sangat krusial dalam era globalisasi saat ini. Faktor seperti kejujuran, keterandalan, dan tanggung jawab dalam memberikan layanan merupakan elemen penting yang dapat membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, sebagaimana diungkapkan oleh (Ratnasari & Aksa, 2011). Oleh karena itu, bagi Bank Syariah Indonesia (BSI), fokus pada peningkatan kualitas layanan dapat menjadi strategi efektif dalam mempertahankan loyalitas nasabah serta memperkuat posisi di pasar. Kesimpulannya, kualitas layanan terbukti sebagai faktor yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang didukung oleh berbagai penelitian terdahulu maupun hasil analisis dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Tujuan Penelitian ini, yaitu mengeksplorasi dampak kebocoran data, tingkat kepercayaan, faktor keamanan, dan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BSI di wilayah Yogyakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui survei kuesioner online yang diisi oleh 105 responden, kemudian dianalisis memakai perangkat SPSS versi 25. Berdasarkan temuan analisis yang diuraikan dalam Bab 4, kesimpulan berikut dapat dibuat:

a. Kebocoran Data berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI
b. Kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI
c. Keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI
d. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI

5.2. Keterbatasan Penelitian

Pembatasan pada penelitian ini butuh diperhatikan untuk acuan untuk evaluasi dan pengembangan dalam penelitian selanjutnya, sehingga kualitasnya dapat lebih ditingkatkan. Ada beberapa pembatasan yang ditemukan di penelitian ini antara lain:

a. Jumlah populasi dalam penelitian ini tidak bisa dipastikan atau dihitung dengan tepat. Berdasarkan laporan resmi yang diterbitkan oleh BSI pada tahun 2024, diperkirakan jumlah nasabah BSI di seluruh Indonesia mencapai sekitar 7,12 juta orang.

b. Distribusi kuesioner kepada nasabah BSI di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta belum merata, sehingga responden yang terlibat hanya berasal
c. dari beberapa kabupaten atau kota tertentu, dengan mayoritas responden berasal dari generasi Z.
d. Referensi jurnal yang membahas bocornya data nasabah di BSI masih sangat sedikit, jadi sulit untuk menemukan acuan yang relevan untuk penelitian ini.

5.3. Saran

Dari kesimpulan serta keterbatasan yang ditemukan di penelitian tadi, terdapat beberapa rekomendasi yang bisa dipertimbangkan penelitian mendatang, antara lain:

a. Penelitian berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel baru yang melibatkan faktor-faktor lain yang berpotensi memengaruhi loyalitas nasabah, namun belum terbatas dalam penelitian ini.

b. Rekomendasi lainnya adalah memperluas cakupan wilayah penelitian ke luar Kota Yogyakarta atau ke daerah yang lebih luas, sehingga analisis hubungan antar variabel dapat dilakukan dengan sudut pandang yang lebih beragam.

c. Selain itu, fokus penelitian dapat diarahkan pada institusi atau perusahaan lain yang menghadapi isu serupa terkait kejahatan siber, untuk menggali lebih dalam pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.

5.4. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, Pihak yang terkait dapat mempertimbangkan beberapa hal dan memberikan perhatian khusus yaitu :

1. Bagi Pihak BSI

   Sebagai bank syariah yang telah mendapatkan kepercayaan luas dari masyarakat, BSI harus terus mempertahankan citra dan integritasnya dengan baik. Peristiwa kebocoran data pelanggan di BSI menjadi

pembelajaran yang berharga bagi semua pihak yang terlibat. Bank memiliki tanggung jawab untuk memastikan keamanan data dan dana nasabah tetap menjadi fokus utama dengan memperbaiki sistem perlindungan serta memperkuat keamanan digital. Hal ini dapat dilakukan dengan melibatkan tenaga ahli yang berkompeten dalam pengelolaan data dan teknologi untuk mencegah terulangnya insiden serupa di masa mendatang. Selain itu, BSI harus terus-menerus menjaga dan memperbaiki kualitas layanan kepada nasabah, karena hal itu adalah faktor kunci untuk mempertahankan kepercayaan nasabah, yang pada gilirannya akan mendorong peningkatan loyalitas mereka.

2. Bagi Pihak Pemerintah

   Pemerintah harus menetapkan aturan yang jelas untuk memastikan perusahaan perbankan dan non-perbankan bertanggung jawab dalam melindungi data konsumen.

3. Bagi Pihak Nasabah BSI

   Sebagai nasabah juga memiliki tanggung jawab penting dalam menjaga keamanan data pribadi mereka. Dengan demikian, mereka perlu meningkatkan kewaspadaan terhadap ancaman kejahatan siber di masa mendatang melalui langkah-langkah pencegahan, seperti menghindari pembagian informasi pribadi kepada pihak lain, secara rutin mengganti PIN atau kata sandi, serta lebih waspada saat membuka email atau tautan yang diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Aeniyatul. (2019). Bab iii metoda penelitian. Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, 3, 1–9.

Afghani, M. F., & Yulianti, E. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Persepsi Risiko, Serta Kesadaran Nasabah Terhadap Adopsi E-Banking Di Bank Bri Surabaya. Journal of Business & Banking, 6(1), 113. https://doi.org/10.14414/jbb.v6i1.898

Ahmad Zikri, M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM), 1(1), 129–138.

Apriyanti. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. Sosio E-Kons, 10(1), 20. https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223

Ashari, M. (2022). Belajar Dari Kebocoran Data Kredensial: Data Yang Paling Berharga adalah Data Pribadi. Kementrian Keuangan Republik Indonesia. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/14838/Belajar-Dari-Kebocoran-Data-Kredensial-Data-Yang-Paling-Berharga-adalah-Data-Pribadi.html#:~:text=Dari beberapa literatur%2C penulis mengelompokkan, manipulasi psikologis melalui social engineering

Aswandi, R., Sultan, M., & Muchsin, P. R. N. (2020). Perlindungan Data dan Informasi Pribadi Melalui Indonesia Data Protection Systiem (IDPS). 3. https://doi.org/10.15900/j.cnki.zylf1995.2018.02.001

Azarine, A. M. (2023). Bank BSI Pasca Serangan Siber: Mengungkap Potensi Kompensasi Bagi Nasabah. LEMBAGA KAJIAN KEILMUAN FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS INDONESIA. https://lk2fhui.law.ui.ac.id/portfolio/bank-bsi-pasca-serangan-siber-mengungkap-potensi-kompensasi-bagi-nasabah/

Azizah, B. P., & Udayana, I. B. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. Jurnal Ilmiah Manajemen “E M O R,” 6(1), 88. https://doi.org/10.32529/jim.v6i1.1504

Cahyo, W. Y. H. (2014). Pengaruh persepsi kebermanfaatan, keamanan, kepercayaan dan persepsi kemudahan penggunaan terhadap penggunaan online banking. https://eprints.uny.ac.id/15308/1/SKRIPSI.pdf

Cornelia S., E., Veronica S., N., Kartika, E. W., & Kaihatu, T. S. (2012). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Laundry 5Asec Surabaya. Jurnal Manajemen Perhotelan, 4(2), 45–57. https://doi.org/10.9744/jmp.4.2.45-57

Damayanti, S. (2017). Mandiri Cabang X. Pengaruh Pandangan Islam, Pelayanan Dan Keamanan Terhadap Minat Nasabah Untuk Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang X, 2013.

Darmawan, Z. C., & Ridlwan, A. A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Al-Tijary, 3(2), 107. https://doi.org/10.21093/at.v3i2.1096

Darsiko. (2021). Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Variabel Commanding. Economi, 4.

Dewi, R. I. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam, 5(2), 545–554.

Fajri, C., Amelya, A., & Suworo, S. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 5(1), 369–373. https://doi.org/10.54371/jiip.v5i1.425

Gantara, G., & Yulianto, E. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Percieved Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Empiris pada Mahasiswa Universitas Brawijaya Malang Pengguna Kartu Seluler IM3). Jurnal Administrasi Bisnis, 1(1), 40–48.

Ghozali, I. (2013). Diagram Responden.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete SPSS 23.

Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. 25. https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ROx06-4AAAAJ&citation_for_view=ROx06-4AAAAJ:cFHS6HbyZ2cC

Gide, A. (1967). Pengaruh Modal Awal, Lama Usaha, Jam Kerja dan jenis kelamin Terhadap Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Wates Dari. Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952., 5–24.

Hadisurya, J. (2008). Pengaruh Citra, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank. Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa, 1(2), 78–91. https://doi.org/10.25105/jmpj.v1i2.1211

Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Journal of Economic, Bussines and

Accounting (COSTING), 3(1), 98–105. https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.846

Handoko, A. D., & Ronny, R. (2021). Pengaruh Faktor Keamanan, Keandalan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Dalam Menggunakan Mobile Banking. Image: Jurnal Riset Manajemen, 9(2), 79–91. https://doi.org/10.17509/image.v9i2.28598

Harmen, F. A. (2023). Ransomware, Ancaman dan Langkah-Langkah untuk Menghindarinya. Kementrian Keuangan Republik Indonesia. https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-jabar/baca-artikel/16188/Ransomware-Ancaman-dan-Langkah-Langkah-untuk-Menghindarinya.html#:~:text=Infeksi dan Penyebaran%2C Ransomware dapat, dalam perangkat dan perangkat lunak.

Hidayat, A. (2016). Tutorial Uji Multikolinearitas Dan Cara Baca Multikolinearitas. Statistikian. https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolinearitas.html

Hidayati, R. N. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Nasabah Pengguna Bsi Mobile Di Purwokerto). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 15.

Huda, M., & Azar, M. A. S. (2021). Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Pelayanan, Jasa Dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa ”Tani Mulyo” Karanglangit Lamongan. HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora, 13(1), 22–34. https://doi.org/10.52166/humanis.v13i1.2186

Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (Bsi Kalirejo). NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah, 8(1), 66–75. https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.6117

Khotimah, K. (2013). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jayapura. Future: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi, 1(1), 42–51.

Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompet Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (SEMNAS RISTEK), 64–69.

Kumalasari, A. (2014). Perlindungan Hukum Data Nasabah Dalam Internet Banking. 1–23.

Kusuma, A. C., & Rahmani, A. D. (2022). Analisis Yuridis Kebocoran Data Pada Sistem Perbankan Di Indonesia (Studi Kasus Kebocoran Data Pada Bank

Indonesia). SUPREMASI: Jurnal Hukum, 5(1), 46–63. https://doi.org/10.36441/supremasi.v5i1.721

Laely, N. (2016). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Kepuasan Pada PT. Telkomsel di Kota Kediri. Jmm17, 3(02). https://doi.org/10.30996/jmm17.v3i02.802

Lana, A. (2021). Dampak Kejahatan Siber Terhadap Teknologi Informasi Dan Pengendalian Internal. Sosial Dan Pendidikan, 1(3), 1–13.

Lestari, T. (2024). Pertanggungjawaban Perbankan Dalam Melindungi Data Pribadi Nasabah Akibat Peretasan Studi Kasus Bank Syariah Indonesia. Jurnal Perbankan, 2(3), 48–59.

Lubis, M. D., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kemudahan, Keamanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen. Target: Jurnal Manajemen Bisnis, 5(2), 209–218. https://doi.org/10.30812/target.v5i2.3021

Lutfiani, A. N., & Musfiroh, M. F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. 2, 50–64.

Ma'rifa, H. S. F. (2023). Pengaruh Kebocoran DATA (Ransomware) dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia di Provinsi Jawa Tengah.

Maharani. (2010). Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan bank mega semarang (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro). Skipsi, 1–129. http://eprints.undip.ac.id/22618/1/SKRIPSI_PDF.pdf

Mardalis, A. (2005). Meraih Loyalitas Pelanggan. Jurnal Manajemen Dan Bisnis BENEFIT, 9(2), 111 – 119. https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2

Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, 9(1), 54–64. https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212

Matulessy, E. R., & Tambunan, A. U. (2023). Analisis Regresi PLS Sebagai Alternatif Dari Regresi Linear Berganda: Studi Kasus Pengaruh Luas Lahan dan Luas Panen Terhadap Produksi Padi di Kabupaten Manokwari. Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK), 5(1), 3358–3361.

Muhson, A. (2012). Modul pelatihan SPSS. Diktat. Universitas Negeri Yogyakarta. https://scholar.google.com/scholar?cluster=10160396707224548867&hl=en&oi=scholarr

Mukhtisar, M., Tarigan, I. R. R., & Evriyenni, E. (2021). Pengaruh Efisiensi, Keamanan Dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Bertransaksi

Menggunakan Mobile Banking (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Mandiri Ulee Kareng Banda Aceh). Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance., 3(1), 56. https://doi.org/10.22373/jihbiz.v3i1.9632

Ningrum, I. P. (2022). Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT Ortho Timur Surabaya. Soetomo Management Review, 26(1), 13–22.

Nsibande, S. (2020). The Impact of Data Breaches of Varying Severity on the Customer Loyalty of High Net Worth Individuals in Retail Banking. University of Pretoria, December.

Nugraha, B. (2022). Pengembangan uji statistik: Implementasi metode regresi linier berganda dengan pertimbangan uji asumsi klasik. Pradina Pustaka. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=izu82AwAAAAJ&citation_for_view=izu82AwAAAAJ:7PzlFSSx8tAC

Nuriadin, A., & Harumike, Y. D. N. (2021). Sejarah Perkembangan Dan Implikasi Internet Pada Media Massa Dan Kehidupan Masyarakat. SELASAR KPI: Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah, 1(1), 1–25. https://ejournal.iainu-kebumen.ac.id/index.php/selasar/index

Onsardi, & Putri, U. D. (2021). Dampak Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online di Lazada. Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis, 2(2), 156–163. https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjurnal.imsi.or.id%2Findex.php%2Fjmmib%2Farticle%2Fdownload%2F67%2F53&psig=AOvVaw319IRBk6hS1CQXgQK7ZgWH&ust=1711132693471000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAUQn5wMahcKEwjQ3rqagIaFAxUAAAAAHQAAAAAQBA

Prabowo, S. (2018). Praktik Uji Normalitas dengan Stata. Kemenkeu Learning Center. https://klc2.kemenkeu.go.id/kms/knowledge/praktik-uji-normalitas-dengan-stata-634d4e4c/detail/

Putri, R. (2024). MADIUN DALAM MENGGUNAKAN BSI MOBILE DENGAN INTERVENING SKRIPSI Oleh: Rismawati Putri JURUSAN PERBANKAN SYARIAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI.

Rachman, R., & Oktavianti, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Sistem Pembayaran Online (Survei Pengguna Produk Unipin). Prologia, 5(1), 148. https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8200

Rahmawati, I. N., Rahmadani, N., Heni, D. R., & Kevin, S. (2023). Pertanggungjawaban Pihak Bank terhadap Kebocoran Data Diri Nasabah.

Aufklarung: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora, 3(2), 208–215. http://pijarpemikiran.com/index.php/Aufklarung

Rahmwati, C. K., & Fianto, B. A. (2020). Analisis Deskriptif Pada Dimensi Kualitas Layanan Mobile Banking (M-Banking) Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan, 7(6), 1118. https://doi.org/10.20473/vol7iss20206pp1118-1127

Ramadhan, G. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Korban Ransomware Wannacry Tindak Pidana Ransomware. Jurnal Kajian Kontemporer Hukum Dan Masyarakat, 1–15. https://doi.org/10.11111/dassollen.xxxxxxx

Raman, A., & Annamalai, V. (2011). Wireless Information Networks & Business Information System. IJCA Special Issue on "Wireless Information Networks & Business Information System," 54–56.

Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. Jurnal Simetrik, 11(1), 432–439. https://doi.org/10.31959/js.v11i1.615

Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 16(01), 127–146. https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271

Sawitri, I. A. G. I., & Kawiana, I. G. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Mediasi I Gede Putu Kawiana (2). 3(11), 2216.

Sembiring, E. R. M., Nurbaiti, N., & Daulay, A. N. (2024). Pengaruh Ancaman Siber Ransomware dan Gangguan Sistem Layanan Mobile Banking Terhadap Kepercayaan Nasabah pada. Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial (JMPIS), 5(4), 880–887.

Setiawan, M. B., & Ukudi. (2016). pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas nasabah (Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal). Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 14(2), 1–23. https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/247

Strzelecki, A., & Rizun, M. (2022). Consumers' Change in Trust and Security after a Personal Data Breach in Online Shopping. Sustainability, 14, 5866. https://doi.org/10.3390/su14105866

Sudariana, & Yoedani. (2022). Analisis Statistik Regresi Linier Berganda. Seniman Transaction, 2(2), 1–11.

Sudarmanto. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Mirota Kampus Yogyakarta. Prima Ekonomika, 5(1), 1–35.

Sugiyono. (2018). METODE PENELITIAN KUANTITATIF. Perpustakaan Nasional Republik Indonesia. https://perpustakaan.binadarma.ac.id/opac/detail-opac?id=52

Suliyanto. (2018). Uji Asumsi Klasik Normalitas. Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi Dengan SPSS, 1, 69.

Sulle, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Papua Cabang Kepi). Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik, 2(1), 101–109. https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i1.862

Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(1), 61. https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201

Temkar, S., & Vardhini, V. (2023). Examining the Consequences of Security Breaches on Customer Satisfaction and Loyalty in Banking: Insights from Case Studies. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR), 10(4), 368–377.

Tjiptono, F. (2012). Service management: mewujudkan layanan prima.

Tri Ratnasari, R., & Aksa, M. (2011). Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa. Bogor: Ghalia Indonesia. https://scholar.google.com/scholar?cluster=17992985238980768888&hl=en&oi=scholarr

Utami, M., Handayani, T., & Pusporini. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan), 2(2), 77. https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377

Wahyuningsi, D., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet Aplikasi Dana. 7, 1–17.

Wandi, J., Bachri, S., & Parubak, B. (2020). PENGARUH PERSEPSI KEGUNAAN, PERSEPSI KEUNTUNGAN, PERSEPSI KEAMANAN TERHADAP MINAT NASABAH BNI MENGGUNAKAN MOBILE BANKING. Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT), 6, 88–96. https://doi.org/10.22487/jimut.v6i1.175

Wardani, D. K., & Fahlefi, A. R. (2022). Pengarh Persepsi Keamanan terhadap Loyalitas Pengguna E-Banking dengan Kepercayaan (Trust) Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Nasabah E-Banking BANK BNI). JPDSH

Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora, 1(8), 1665–1672. https://bajangjournal.com/index.php/JPDSH

Widodo. (2018). Statistik deskriptif merupakan bidang ilmu statistika yang mempelajari caracara pengumpulan, penyusunan, dan penyajian data suatu penelitian. Statistik deskriptif adalah bagian dari ilmu statistik yang meringkas, menyajikan dan mendeskripsikan data dalam. E-Jurnal Manajemen Universitas Islam Negri Semarang, 16–39.

Wong, D. (2017). Pengaruh Ability, Benevolence Dan Integrity Terhadap Trust, Serta Implikasinya Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce: Studi Kasus Pada Pelanggan E-Commerce Di Ubm. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 2(2), 155–168. https://doi.org/10.36226/jrmb.v2i2.46

Yuliawati, Y. (2017). Pengaruh Motivasi Dan Sikap Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Studio Jonas Photo. Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis, 16(2), 11. https://doi.org/10.17509/strategic.v16i2.7072

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

KEPADA Yth :

Saudara/I :

Ditempat :

Saya Ramadona Maulana, mahasiswa program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Alhamdulillah pada saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul "**PENGARUH SERANGAN RANSOMWARE BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI DI YOGYAKARTA**"

Maksud : Untuk penelitian akademik (skripsi) Universitas Islam Indonesia (Program Studi Akuntansi)

Tujuan : Mengetahui pengaruh serangan ransomware bsi mobile

terhadap loyalitas nasabah bank bsi di yogyakarta.

Kami mohon bantuan teman-teman mengisi kuesioner terlampir, pertanyaan semata-mata untuk kepentingan ilmiah, dan jawaban dari semua pertanyaan yang diajukan akan dirahasiakan. Atas segala bantuan, partisipasi dan kesediaan teman-teman mengisi kuesioner kami sampaikan terima kasih.

Hormat Saya

Peneliti

I. PETUNJUK PENGISIAN

1. Istilah identitas saudara/I pada titik-titik jawab yang telah tersedia
2. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i

Silahkan jawab pertanyaan dibawah ini dengan rentang 1-6 dengan keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak setuju (TS)

3 = Kurang setuju (KS)

4 = Cukup setuju (CS)

5 = Setuju (S)

6 = Sangat Setuju (SS)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama/Inisial:.....

Usia:.....

Email:.....

Jenis Kelamin:

- Laki-laki
- Perempuan

Domisili (Kabupaten/Kota) di Yogyakarta:.....

Pendidikan Terakhir:

- SMA/SMK
- Diploma
- Sarjana
- Magister

- Doktoral

Pekerjaan:

- Pelajar/Mahasiswa
- Pegawai Negeri Sipil
- Pegawai swast
- Wiraswasta
- Lainnya

Pendapatan/Uang Saku Perbulan:

- <Rp 1.000.000
- Rp Rp 1.000.000 - Rp Rp 1.500.000
- Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000
- Rp 2.500.000 - 5.000.000
- >5.000.000

Apakah Anda merupakan nasabah BSI yang berdomisili di Yogyakarta:

- Ya
- Tidak

Bagian 1 ***Kebocoran Data***

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai **pengaruh *Kebocoran Data* terhadap Loyalitas Nasabah BSI**, Silahkan jawab pertanyaan dibawah ini dengan 1-6 dengan keterangan sebagai berikut:

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak setuju (TS)

3 = Kurang setuju (KS)

4 = Cukup setuju (CS)

5 = Setuju (S)

6 = Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya berpikir bahwa kebocoran data nasabah disebabkan oleh kelemahan sistem BSI.						
2.	Saya khawatir data pribadi dan dana saya di BSI akan disalahgunakan karena adanya kebocoran data nasabah.						
3.	Saya mengalami masalah akses atau error pada akun BSI mobile.						
4.	Saya menghadapi gangguan dalam layanan transaksi (ATM dan teller).						
5.	Saya berencana menyebarkan informasi negatif tentang BSI karena terjadinya kebocoran data						

	nasabah.						

Bagian 2 *Kepercayaan*

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai **pengaruh *Kepercayaan* terhadap terhadap Loyalitas Nasabah BSI**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya yakin BSI melayani nasabah dengan sikap tulus dan baik.						
2.	Saya percaya BSI mampu menangani dan bertanggung jawab atas masalah atau kasus yang terjadi.						
3.	Saya mempercayai semua informasi yang disampaikan oleh BSI.						
4.	Saya siap menerima risiko dan konsekuensi saat menggunakan layanan BSI.						
5.	Saya percaya BSI akan memenuhi ekspetasi saya						

Bagian 3 Keamanan

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai **pengaruh *Keamanan* terhadap Loyalitas Nasabah BSI**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya menerima informasi dari BSI dengan jujur dan transparan						
2.	Saya yakin bahwa dana yang saya simpan di BSI aman.						
3.	Saya percaya bahwa kerahasiaan informasi pribadi saya terjaga						
4.	Saya percaya dengan sistem keamanan BSI.						
5.	Saya yakin BSI telah meningkatkan keamanan mereka setelah terjadi serangan ransomware						

Bagian 4 Kualitas Layanan

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai **pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah BSI**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya merasa senang dengan fasilitas yang diberikan oleh BSI.						
2.	Saya merasa layanan BSI sesuai dan memuaskan.						
3.	Saya merasa terbantu dengan cepat dan tepat oleh pelayanan BSI saat menghadapi masalah.						
4.	Saya yakin dengan kemampuan dan pengetahuan BSI dalam menjalankan tanggung jawab.						
5.	Saya merasa penjelasan dan komunikasi dari pihak BSI mudah dipahami.						

Bagian 5 Loyalitas Nasabah

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai **pengaruh Loyalitas Pelayanan terhadap BSI**

No	Pernyataan	STS	TS	KS	CS	S	SS
1.	Saya tidak berminat atau tidak berencana menggunakan layanan perbankan lain.						
2.	Saya merasa puas dan kinerja BSI telah memenuhi harapan saya.						
3.	Saya percaya bahwa BSI menjalankan tugas dan fungsinya dengan baik.						
4.	Saya merasakan kemudahan saat menggunakan layanan BSI.						
5.	Saya menggunakan layanan BSI secara rutin dan berulang.						

Lampiran 2 Tabulasi Data Responden

Jawaban Responden: *Kebocoran Data* (X1)

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Tot_X1
1	1	1	1	1	1	5
2	4	4	4	3	6	21
3	2	2	3	5	5	17
4	1	2	3	5	3	14
5	2	1	2	3	4	12
6	1	1	4	1	6	13
7	3	3	4	4	5	19
8	5	5	5	5	5	25
9	1	1	1	1	1	5
10	2	2	2	4	2	12
11	3	3	5	5	5	21
12	2	1	1	1	1	6
13	2	1	4	4	5	16
14	3	2	3	3	5	16
15	3	3	2	2	2	12
16	1	1	3	3	4	12
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	6	22
19	2	2	4	4	5	17
20	2	2	2	2	2	10
21	1	1	2	2	2	8
22	2	5	2	5	5	19
23	3	2	2	2	2	11
24	3	2	2	2	2	11
25	2	1	4	3	3	13
26	2	2	2	2	2	10
27	3	3	3	3	3	15
28	3	3	4	6	1	17
29	4	4	4	3	3	18
30	1	1	3	2	2	9
31	2	2	2	1	5	12
32	2	2	2	4	5	15
33	3	3	3	3	3	15
34	1	4	3	4	4	16

35	3	2	5	5	5	20
36	2	1	4	4	6	17
37	2	2	3	3	5	15
38	2	2	4	4	5	17
39	2	2	2	2	2	10
40	3	1	4	3	6	17
41	2	2	2	1	2	9
42	2	2	3	4	6	17
43	2	2	2	2	2	10
44	2	2	2	2	2	10
45	2	2	2	2	2	10
46	2	2	4	5	5	18
47	1	1	3	4	6	15
48	3	1	5	1	4	14
49	2	1	3	4	4	14
50	3	3	5	5	5	21
51	2	3	3	3	2	13
52	2	4	3	4	5	18
53	1	1	6	6	3	17
54	4	4	3	3	4	18
55	2	2	3	3	3	13
56	5	5	5	5	5	25
57	1	1	3	3	1	9
58	3	3	3	4	3	16
59	5	6	3	4	5	23
60	1	1	6	6	6	20
61	4	5	4	4	4	21
62	4	2	4	4	1	15
63	2	2	3	4	4	15
64	3	3	3	3	3	15
65	3	4	2	2	6	17
66	2	2	2	3	2	11
67	3	2	3	3	3	14
68	2	1	2	5	6	16
69	2	2	3	3	5	15
70	2	2	2	2	2	10
71	2	2	2	2	2	10
72	4	4	4	4	4	20

73	1	2	3	4	6	16
74	1	1	2	3	4	11
75	4	4	6	6	5	25
76	2	2	2	2	2	10
77	2	3	1	1	2	9
78	2	2	4	4	6	18
79	1	1	3	5	6	16
80	4	3	2	3	6	18
81	2	2	4	4	5	17
82	3	1	3	4	5	16
83	1	2	1	2	1	7
84	2	2	2	3	4	13
85	3	2	3	4	5	17
86	2	2	3	3	5	15
87	2	1	3	4	5	15
88	5	5	5	5	5	25
89	2	2	3	4	5	16
90	3	4	5	5	4	21
91	5	4	4	5	4	22
92	4	4	4	4	4	20
93	1	1	1	1	1	5
94	2	3	3	3	2	13
95	2	1	3	3	3	12
96	1	1	1	1	1	5
97	1	2	2	1	1	7
98	4	4	3	5	5	21
99	2	1	5	5	5	18
100	2	2	2	2	2	10
101	3	3	3	3	1	13
102	4	3	3	2	2	14
103	2	2	4	1	5	14
104	1	1	3	5	6	16
105	4	4	5	5	6	24

Jawaban Responden: *Kepercayaan* (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Tot_X2

Responden						
1	6	5	5	6	5	27
2	6	5	5	6	4	26
3	5	5	4	5	4	23
4	3	3	3	4	3	16
5	5	4	4	4	4	21
6	6	6	6	6	3	27
7	5	5	5	3	4	22
8	4	4	4	4	4	20
9	6	6	6	5	5	28
10	5	6	6	6	6	29
11	4	4	4	3	4	19
12	6	5	6	6	6	29
13	6	6	4	4	5	25
14	5	5	5	4	5	24
15	4	4	4	4	4	20
16	6	6	6	6	6	30
17	5	4	4	4	4	21
18	4	4	3	3	3	17
19	4	4	4	3	4	19
20	6	6	5	5	6	28
21	6	6	6	5	6	29
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	4	4	4	4	3	19
26	5	5	5	5	5	25
27	3	2	2	3	2	12
28	4	4	3	4	4	19
29	4	5	5	3	3	20
30	6	6	6	6	6	30
31	5	5	6	4	4	24
32	6	6	6	5	6	29
33	4	4	4	4	4	20
34	5	4	5	4	4	22
35	5	5	5	5	5	25
36	5	5	6	4	4	24
37	6	5	5	5	5	26

38	2	2	4	3	3	14
39	3	3	3	3	3	15
40	6	6	6	4	6	28
41	4	5	5	5	5	24
42	4	3	3	3	3	16
43	6	6	4	4	4	24
44	5	4	5	5	5	24
45	5	5	5	5	5	25
46	6	5	5	3	4	23
47	4	3	4	4	4	19
48	3	2	5	2	1	13
49	5	5	5	4	4	23
50	5	5	4	4	4	22
51	3	2	2	3	2	12
52	5	5	4	4	4	22
53	6	5	5	6	5	27
54	2	1	2	2	1	8
55	4	4	5	5	5	23
56	5	5	5	4	4	23
57	6	6	1	5	5	23
58	5	6	6	6	5	28
59	2	1	3	2	2	10
60	6	6	6	4	6	28
61	1	2	2	2	2	9
62	5	5	4	3	4	21
63	5	5	4	3	6	23
64	2	2	2	2	3	11
65	1	2	3	3	4	13
66	6	6	6	6	6	30
67	5	4	4	5	4	22
68	5	5	4	4	4	22
69	4	4	5	4	4	21
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	5	25
72	4	3	4	3	4	18
73	6	6	6	4	3	25
74	6	6	6	6	6	30
75	3	3	3	3	4	16

76	6	6	6	4	5	27
77	4	5	6	5	5	25
78	5	6	5	4	5	25
79	5	6	6	3	4	24
80	5	6	5	5	5	26
81	5	4	5	4	5	23
82	6	6	6	5	4	27
83	6	6	6	5	6	29
84	6	5	5	4	4	24
85	5	6	4	3	4	22
86	5	5	5	5	5	25
87	5	5	5	5	4	24
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	4	2	4	20
90	3	2	4	2	3	14
91	4	5	4	5	3	21
92	3	3	4	3	3	16
93	6	6	6	6	6	30
94	4	4	5	4	4	21
95	5	5	4	4	4	22
96	6	6	6	6	6	30
97	6	5	6	6	6	29
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	6	6	6	6	6	30
101	6	6	6	6	1	25
102	2	2	3	3	2	12
103	4	4	4	2	3	17
104	6	6	5	5	4	26
105	5	5	4	5	4	23

Jawaban Responden: *Keamanan* (X3)

No. Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Tot_X3

1	6	6	6	6	6	30
2	5	5	5	6	6	27
3	5	5	6	6	5	27
4	5	5	4	3	4	21
5	5	3	3	3	4	18
6	3	4	2	2	4	15
7	5	4	4	4	4	21
8	4	4	4	4	4	20
9	6	6	6	6	6	30
10	5	6	6	5	6	28
11	4	4	4	4	4	20
12	3	3	3	4	3	16
13	5	6	6	6	5	28
14	4	4	4	4	4	20
15	5	4	5	5	5	24
16	6	6	6	6	6	30
17	4	5	5	4	4	22
18	4	5	3	4	4	20
19	3	4	4	3	3	17
20	5	5	5	6	6	27
21	6	6	6	6	6	30
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	5	4	2	3	5	19
26	5	5	5	5	5	25
27	2	2	2	2	2	10
28	4	5	4	4	4	21
29	5	5	4	5	5	24
30	6	6	6	6	6	30
31	5	4	4	4	5	22
32	5	5	6	6	6	28
33	4	4	4	4	4	20
34	5	4	3	5	6	23
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	5	21
37	5	5	5	5	5	25
38	3	3	4	4	4	18

39	3	3	3	3	3	15
40	6	6	6	6	6	30
41	6	6	6	6	6	30
42	3	3	4	3	3	16
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25
46	6	5	5	5	6	27
47	4	3	4	4	4	19
48	5	6	6	3	5	25
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	3	3	3	2	3	14
52	4	4	4	4	5	21
53	6	6	5	5	6	28
54	1	1	1	2	1	6
55	6	5	5	5	5	26
56	3	4	5	5	5	22
57	5	6	6	6	6	29
58	4	4	4	4	4	20
59	3	1	2	2	1	9
60	6	6	6	6	6	30
61	1	1	1	1	1	5
62	5	4	4	4	5	22
63	5	5	5	4	4	23
64	4	4	4	4	4	20
65	5	6	4	4	4	23
66	6	6	6	6	6	30
67	5	4	4	5	5	23
68	5	6	5	5	4	25
69	4	4	4	4	3	19
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	20
73	4	3	4	4	4	19
74	6	6	6	6	6	30
75	3	4	4	2	3	16
76	4	5	5	4	5	23

77	4	3	4	4	5	20
78	4	4	4	5	5	22
79	4	6	6	6	4	26
80	5	6	5	5	5	26
81	5	5	5	5	5	25
82	5	4	5	4	6	24
83	5	5	4	5	5	24
84	5	5	5	5	5	25
85	5	4	4	4	5	22
86	5	5	5	5	5	25
87	4	3	3	3	3	16
88	3	3	3	3	3	15
89	3	5	4	4	4	20
90	5	4	4	3	2	18
91	5	2	3	5	3	18
92	4	4	3	2	4	17
93	6	6	6	6	6	30
94	4	5	4	4	4	21
95	4	5	4	4	4	21
96	6	6	6	6	6	30
97	5	6	6	6	5	28
98	4	4	4	4	4	20
99	5	5	5	5	5	25
100	3	3	4	3	3	16
101	5	5	4	4	3	21
102	3	4	4	4	3	18
103	5	4	4	3	4	20
104	5	6	5	5	6	27
105	3	2	4	4	3	16

Jawaban Responden: *Kualitas Layanan* (X4)

No. Responden	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Tot_X4
1	6	6	6	6	6	30
2	5	6	6	5	5	27
3	5	3	3	5	5	21

4	4	5	6	5	5	25
5	4	4	4	5	5	22
6	2	5	4	5	6	22
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	6	6	6	6	6	30
10	5	6	5	5	6	27
11	4	3	4	4	4	19
12	5	6	6	6	6	29
13	5	5	5	5	5	25
14	5	6	5	6	6	28
15	4	4	4	3	4	19
16	6	6	6	6	6	30
17	5	6	6	6	6	29
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	5	5	5	23
20	5	6	5	5	6	27
21	6	6	6	6	6	30
22	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	4	3	3	5	5	20
26	5	5	5	5	5	25
27	3	3	3	2	3	14
28	5	5	5	5	6	26
29	5	4	4	4	3	20
30	4	4	5	5	6	24
31	5	4	5	4	5	23
32	5	5	6	5	5	26
33	4	4	4	4	4	20
34	5	5	4	4	4	22
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	5	5	6	24
37	5	5	5	5	5	25
38	4	4	4	4	4	20
39	5	5	5	5	5	25
40	6	4	5	6	6	27
41	4	4	5	4	5	22

42	3	3	3	3	3	15
43	5	5	5	5	5	25
44	4	5	5	5	5	24
45	5	5	5	5	5	25
46	6	6	5	4	5	26
47	4	4	4	4	4	20
48	3	1	5	4	6	19
49	5	4	4	4	4	21
50	4	4	4	4	4	20
51	3	3	3	2	2	13
52	5	5	5	5	5	25
53	5	5	5	5	5	25
54	1	1	1	2	1	6
55	5	4	5	5	5	24
56	5	5	5	5	5	25
57	5	5	5	5	6	26
58	4	4	4	4	3	19
59	2	3	2	2	2	11
60	6	6	6	6	6	30
61	1	1	1	2	2	7
62	4	4	4	4	5	21
63	4	4	4	4	4	20
64	3	3	3	3	3	15
65	4	4	4	4	4	20
66	6	5	5	6	5	27
67	5	5	5	5	4	24
68	4	4	4	5	6	23
69	5	5	5	6	5	26
70	5	5	5	5	5	25
71	5	5	5	5	5	25
72	4	4	4	4	4	20
73	4	5	5	4	5	23
74	6	6	6	6	6	30
75	2	4	2	4	2	14
76	5	5	4	4	5	23
77	6	6	5	5	5	27
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	6	4	25

80	5	5	5	5	5	25
81	5	5	5	5	5	25
82	6	6	6	6	6	30
83	5	5	5	5	6	26
84	6	6	5	5	5	27
85	5	4	4	4	4	21
86	5	5	5	5	5	25
87	4	3	3	4	4	18
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	4	4	4	20
90	3	3	2	3	5	16
91	1	2	2	2	2	9
92	3	4	3	2	3	15
93	6	6	6	6	6	30
94	6	5	6	6	6	29
95	4	4	5	5	4	22
96	6	6	6	6	6	30
97	6	6	6	6	5	29
98	5	5	5	5	5	25
99	5	5	5	5	5	25
100	6	6	6	6	6	30
101	3	3	3	3	3	15
102	4	3	3	5	4	19
103	5	5	5	5	5	25
104	5	5	5	5	5	25
105	4	4	3	3	4	18

Jawaban Responden: Loyalitas Nasabah (Y)

No. Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Tot_Y
1	4	5	6	6	4	25
2	5	6	6	4	4	25
3	5	4	6	6	6	27
4	4	6	6	4	4	24
5	5	6	5	6	6	28
6	5	5	6	4	4	24

7	5	6	5	4	5	25
8	4	4	5	6	5	24
9	6	6	6	6	6	30
10	6	6	5	6	6	29
11	4	4	4	3	4	19
12	6	5	6	5	6	28
13	6	6	5	6	6	29
14	4	6	6	4	4	24
15	4	4	4	4	4	20
16	6	6	6	6	6	30
17	6	5	6	6	5	28
18	4	4	3	3	4	18
19	3	4	4	3	3	17
20	5	5	4	6	6	26
21	6	6	6	6	6	30
22	6	5	4	4	4	23
23	4	4	6	6	6	26
24	5	5	5	5	5	25
25	4	4	3	3	4	18
26	6	6	5	4	5	26
27	2	2	3	3	3	13
28	4	4	4	5	4	21
29	5	6	5	6	6	28
30	5	6	6	6	6	29
31	5	5	4	5	5	24
32	5	4	5	4	6	24
33	6	6	4	5	5	26
34	4	6	5	6	5	26
35	4	5	5	4	6	24
36	4	4	5	6	5	24
37	5	4	6	5	4	24
38	3	3	3	3	4	16
39	4	5	6	4	5	24
40	4	4	6	6	5	25
41	6	6	6	6	6	30
42	4	3	3	3	4	17
43	5	5	5	5	5	25
44	5	5	5	4	4	23

45	6	5	4	5	6	26
46	5	4	5	5	4	23
47	4	4	3	4	4	19
48	3	4	4	4	3	18
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	2	3	3	3	2	13
52	4	6	5	6	4	25
53	6	5	4	5	5	25
54	2	2	2	2	2	10
55	4	6	6	4	6	26
56	4	5	4	6	4	23
57	5	5	6	6	5	27
58	5	6	5	6	5	27
59	3	3	4	3	3	16
60	4	5	5	6	5	25
61	1	2	2	2	1	8
62	4	6	5	6	5	26
63	4	5	6	6	4	25
64	4	5	6	4	4	23
65	6	4	4	4	6	24
66	5	4	4	5	5	23
67	5	6	5	4	5	25
68	4	6	4	6	4	24
69	6	5	6	6	5	28
70	4	6	4	4	4	22
71	5	6	5	4	5	25
72	4	3	3	3	4	17
73	4	5	4	4	5	22
74	4	5	6	6	6	27
75	2	3	2	3	2	12
76	6	5	4	4	5	24
77	6	4	5	5	5	25
78	5	5	6	6	5	27
79	5	5	6	4	5	25
80	5	6	5	6	4	26
81	5	5	4	4	6	24
82	5	5	6	5	6	27

83	6	6	6	6	6	30
84	6	6	5	5	5	27
85	5	6	4	5	6	26
86	6	4	4	5	5	24
87	4	5	6	5	4	24
88	3	4	3	3	3	16
89	4	4	5	4	5	22
90	3	3	3	3	3	15
91	2	2	3	3	3	13
92	3	4	3	3	3	16
93	6	6	6	6	6	30
94	5	4	4	4	6	23
95	5	4	5	6	6	26
96	6	6	6	6	6	30
97	6	6	6	6	5	29
98	4	4	4	4	5	21
99	5	5	4	4	5	23
100	3	4	4	3	3	17
101	6	4	4	6	5	25
102	3	3	3	3	3	15
103	4	4	4	4	4	20
104	6	6	4	4	6	26
105	2	3	4	3	3	15

Lampiran 3 Statistik Deskriptif

1. Descriptive Statistic

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kebocoran Data (X1)	105	1.00	5.00	2.9867	.94798
Kepercayaan (X2)	105	1.60	6.00	4.4990	1.04297
Keamanan (X3)	105	1.00	6.00	4.4629	1.04672
Kualitas Layanan (X4)	105	1.20	6.00	4.5790	1.01106
Loyalitas Nasabah (Y)	105	1.60	6.00	4.6400	.96173
Valid N (listwise)	105				

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Hasil Uji Validitas Variabel Independen Kebocoran Data

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Tot_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.759**	.420**	.298**	.212*	.687**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.030	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X1.2	Pearson Correlation	.759**	1	.282**	.308**	.168	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.001	.087	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X1.3	Pearson Correlation	.420**	.282**	1	.682**	.522**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X1.4	Pearson Correlation	.298**	.308**	.682**	1	.550**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X1.5	Pearson Correlation	.212*	.168	.522**	.550**	1	.728**
	Sig. (2-tailed)	.030	.087	.000	.000		.000

	N	105	105	105	105	105	105
Tot_X1	Pearson Correlation	.687**	.646**	.793**	.794**	.728**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas Variabel Independen Kepercayaan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Tot_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.899**	.695**	.692**	.661**	.913**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.2	Pearson Correlation	.899**	1	.713**	.677**	.686**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.3	Pearson Correlation	.695**	.713**	1	.629**	.594**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.4	Pearson Correlation	.692**	.677**	.629**	1	.646**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X2.5	Pearson Correlation	.661**	.686**	.594**	.646**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
Tot_X2	Pearson Correlation	.913**	.921**	.834**	.837**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Variabel Independen Keamanan

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Tot_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.770**	.740**	.755**	.811**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3.2	Pearson Correlation	.770**	1	.838**	.742**	.771**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3.3	Pearson Correlation	.740**	.838**	1	.842**	.770**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3.4	Pearson Correlation	.755**	.742**	.842**	1	.807**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X3.5	Pearson Correlation	.811**	.771**	.770**	.807**	1	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
Tot_X3	Pearson Correlation	.892**	.907**	.922**	.912**	.915**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Validitas Variabel Independen *Kualitas Layanan*

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Tot_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.817**	.835**	.806**	.723**	.916**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X4.2	Pearson Correlation	.817**	1	.829**	.760**	.686**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105

X4.3	Pearson Correlation	.835**	.829**	1	.842**	.810**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X4.4	Pearson Correlation	.806**	.760**	.842**	1	.825**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
X4.5	Pearson Correlation	.723**	.686**	.810**	.825**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
Tot_X4	Pearson Correlation	.916**	.897**	.945**	.925**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

5. Hasil Uji Validitas Variabel Dependen *Loyalitas Nasabah*

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Tot_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.671**	.544**	.607**	.781**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
Y2	Pearson Correlation	.671**	1	.647**	.610**	.619**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
Y3	Pearson Correlation	.544**	.647**	1	.680**	.594**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
Y4	Pearson Correlation	.607**	.610**	.680**	1	.660**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	105	105	105	105	105	105
Y5	Pearson Correlation	.781**	.619**	.594**	.660**	1	.866**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	105	105	105	105	105	105
Tot_Y	Pearson Correlation	.855**	.837**	.819**	.845**	.866**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	105	105	105	105	105	105

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen *Kebocoran Data*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.771	5

7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen *Kepercayaan*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	5

8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen *Keamanan*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.947	5

9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen *Kualitas Layanan*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	5

10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel dependen *Loyalitas Nasabah*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	5

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		105
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.98058068
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.078
Kolmogorov-Smirnov Z		.844
Asymp. Sig. (2-tailed)		.474

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

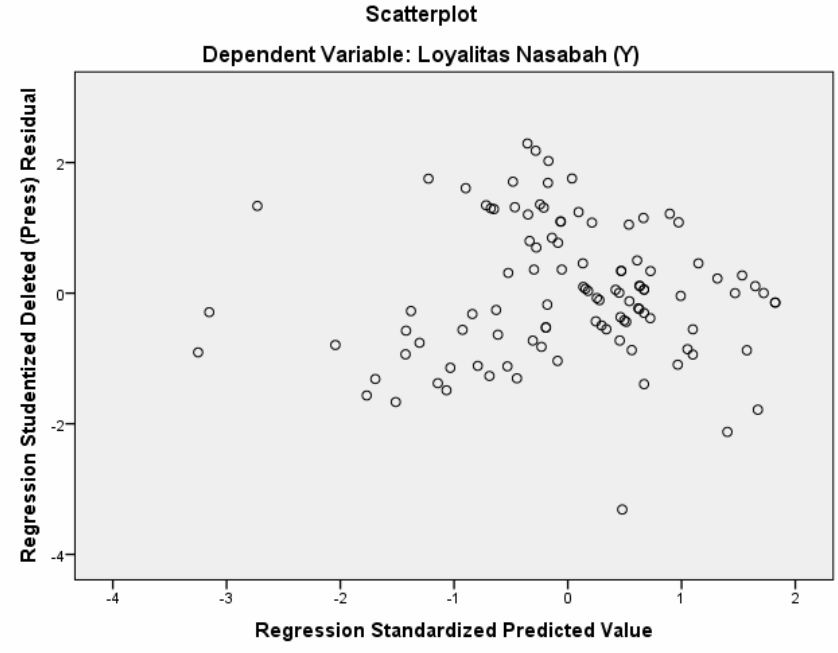
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.766	.447		3.953	.000		
	Kebocoran Data (X1)	-.164	.067	-.161	-2.439	.017	.745	1.342
	Kepercayaan (X2)	.200	.088	.217	2.284	.024	.361	2.772
	Keamanan (X3)	.321	.082	.349	3.915	.000	.411	2.432
	Kualitas Layanan (X4)	.225	.093	.237	2.415	.018	.340	2.944

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

3. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi

1. Variabel Entered/Removed

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas Layanan (X4), Kebocoran Data (X1), Keamanan (X3), Kepercayaan (X2)[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)
b. All requested variables entered.

2. Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.821[a]	.673	.660	.56048

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X4), Kebocoran Data (X1), Keamanan (X3), Kepercayaan (X2)

3. ANOVA

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.778	4	16.194	51.551	.000[b]
	Residual	31.414	100	.314		
	Total	96.192	104			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan (X4), Kebocoran Data (X1), Keamanan (X3), Kepercayaan (X2)