

**“ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS DAN RELIGIOUS
ACTIVITY BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH
DI MASA PANDEMI”**

(Studi Kasus pada Mahasiswa di Sleman)

*“Analysis Effectiveness and Religiosity Activity BSI Mobile Usage on Customer
Loyalty in the Pandemic Period”
(Case Study on Students in Sleman)*

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam



Acc Munaqosah 09/11/21



Anom Garbo, ME

DARA LAELA YUHANA NIFA

17423016

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2021

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dara Laela Yuhana Nifa
NIM : 17423016
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul skripsi : Analisis Pengaruh Efektivitas dan Religious Activity
BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah di Masa Pandemi
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Sleman)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkannya sekaligus menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 15 Oktober 2021

Dara Laela Yuhana Nifa

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Dara Laela Yuhana Nifa

NIM 17423016

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Efektivitas dan Religious Activity
BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah di Masa Pandemi
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Sleman)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Oktober 2021



Amom Garbo, SEI, ME

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Senin
Tanggal : 6 Desember 2021
Nama : DARA LAELA YUHANA NIFA
Nomor Mahasiswa : 17423016
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Efektivitas dan Religious Activities BSI Mobile terhadap Loyalitas Nasabah di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus Mahasiswa di Sleman)

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta

TIM PENGUJI:

Ketua

Martini Dwi Pusparini, S.H.I., M.S.I.

()

Penguji I

Soya Sobaya, SEI, MM

()

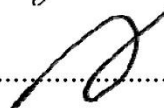
Penguji II

Dr. Rahmani Timorita Y., M.Ag

()

Pembimbing

Anom Garbo, SEI, ME

()

Yogyakarta, 6 Desember 2021

Dekan,




Dr. H. Tamyiz Mukharrom, MA,

NOTA DINAS

Yogyakarta, 20 Zulqa'dah 1422 H

01 Juli 2021

Hal : Skripsi

**Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta**

Assalamualaikum Wr.Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor 819/Dek/60/DAATI/FIAI/IV/2021 tanggal 01 Juli 2021 M/ 20 Zulqa;dah 1442 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara :

Nama : Dara Laela Yuhana Nifa

NIM 17423021

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Efektivitas dan Religious Activity

BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah di Masa Pandemi

(Studi Kasus pada Mahasiswa di Sleman)

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa Skripsi Saudara tersebut diatas memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dikumpulkan, bersama ini kami kirimkan 4 (empat) eksemplar skripsi yang di maksud.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, 01 Juli 2021

Dosen Pembimbing



Amom Garbo, SEI, ME

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillahirabbilamin, puji syukur kehadiran ALLAH S.W.T atas segala rahmat dan karunianya yang selalu dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis masih diberikan kekuatan dan hidayah dalam menyelesaikan skripsi yang menjadi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi S-1.

Shalawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman penuh kegelapan menuju zaman terang benderang yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini penulis persembahkan kepada: Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Terima kasih telah memberikan pembelajaran berharga selama menimba ilmu.

Terimakasih untuk dosen pembimbing saya Bapak Anom Garbo S.E.I, M.E. atas bimbingannya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir saya dengan lancar.

Ayahanda Tarmidi dan Ibunda Paini. Terima kasih telah mencurahkan kasih sayang dan memberikan arahan untuk anakmu untuk belajar dan bisa seperti saat ini.

Teman-temanku terutama Diana Nur Azizah terima kasih atas dukungan moral, materi, maupun non materi yang telah diberikan.

Roynaldy Setiawan yang telah memberikan dukungan dari awal hingga selesainya skripsi ini.

MOTTO

*Rancangan orang rajin semata-mata mendatangkan
kelimpahan, tetapi setiap orang yang tergesa-gesa hanya
akan mengalami kekurangan*



ABSTRAK
ANALISIS PENGARUH EFEKTIVITAS DAN RELIGIOUS ACTIVITY BSI
MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI MASA PANDEMI (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA DI SLEMAN)

DARA LAELA YUHANA NIFA

17423016

Perkembangan teknologi yang semakin pesat dimanfaatkan langsung oleh industri perbankan khususnya perbankan syariah dengan memunculkan inovasi produk digital. *BSI Mobile* merupakan salah satu produk digital dari Bank Syariah Indonesia yang bertujuan untuk mempermudah transaksi nasabah serta memberikan informasi kepada nasabah melalui fitur yang disediakan terutama pada masa pandemi covid dimana penggunaan produk digital meningkat pesat. Dalam pengembangan produk digital efektivitas menjadi hal terpenting karena langsung dirasakan oleh nasabah, sehingga akan membentuk loyalitas nasabah dalam pemakaian suatu produk. Selain efektivitas, fitur religious activity juga menjadi poin terpenting selanjutnya, karena *halal life style* juga semakin meningkat belakangan ini sehingga seseorang cenderung memilih produk-produk dengan label syariah. Dengan adanya merger 3 bank BUMN yaitu BNIS, BSM, dan BRIS yang menjadi satu dengan nama PT. Bank Syariah Indonesia, tentu hal tersebut menjadi momen untuk terus mengembangkan efektivitas mobile banking guna memberikan kemudahan dan juga menjadi produk digital unggulan bagi Bank Syariah Indonesia. Merujuk dari hal tersebut mempertanyakan pengaruh efektivitas dan religiusitas pengguna *BSI Mobile* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman. Sehingga dari tujuan ini untuk menganalisis pengaruh efektivitas dan religiusitas pengguna *BSI Mobile* terhadap loyalitas nasabah (mahasiswa) Bank Syariah di Kabupaten Sleman. Penelitian kuantitatif digunakan sebagai desain utama dengan mengambil sampel sebanyak 200 responden mahasiswa yang berada di Kabupaten Sleman dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa efektivitas dan religiusitas pengguna *BSI Mobile* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Kabupaten Sleman dengan nilai signifikansi sebesar 0,0000.

Kata Kunci: *Mobile Banking*, *BSI Mobile*, Efektivitas, Religious Activity, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

ANALYSIS ON THE EFFECTS OF EFFECTIVENESS AND RELIGIOUS ACTIVITY OF MOBILE BSI ON THE LOYALTY OF CUSTOMERS DURING PANDEMIC (CASE STUDY TO UNIVERSITY STUDENTS IN SLEMAN)

DARA LAELA YUHANA NIFA
17423016

The rapid development of technology is directly used by the banking industry, particularly Sharia banking through digital product innovations. Mobile BSI is one of the digital products from Indonesia Sharia Bank aimed to facilitate the customer transactions and provide information to customers through the features provided, especially during the COVID-19 pandemic where the use of digital products is increasing rapidly. In the development of digital products, effectiveness is the most important thing for being directly felt by customers and will build customer loyalty in using a product. In addition to effectiveness, the religious activity feature is also the next most important point, because the halal lifestyle has also increased recently and people tend to choose products with sharia labels. With the merger of 3 state-owned banks namely BNIS, BSM, and BRIS becoming one under the name PT. Bank Syariah Indonesia (BSI), this certainly becomes a moment to continue to develop the effectiveness of mobile banking to provide convenience and becomes a leading digital product for BSI. Referring to this, this study questions the effect of the effectiveness and religiosity of users of Mobile BSI on the loyalty of Bank Sharia Indonesia customers in Sleman Regency. This study aims to analyze the effect of the effectiveness and religiosity of using BSI Mobile on customer loyalty (university students) of sharia Banks in Sleman Regency. This quantitative research was used as the main design by taking a sample of 200 student in Sleman Regency as the respondents and analyzed using multiple linear regression. Based on the results of data analysis, it is known that the effectiveness and religiosity of Mobile BSI users simultaneously had a significant effect on customer loyalty in Sleman Regency with a significance value of 0.0000.

Keywords: *Mobile Banking, Mobile BSI, Effectiveness, Religious Activity, Customer Loyalty, Indonesia Sharia Bank*

PEDOMAN TRANSLITERASI

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)

خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Ṣad	ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	ʿain	ʿ	Koma terbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

2. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

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

Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dommah	U	U

b. Vokal Rangkap

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

Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan Ya	AI	a dan i
...وُ	Fathah dan Wau	AU	a dan u

Contoh :

- كَتَبَ kataba
- فَ عَلَ fa'ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

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

Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أَ...يَ	Fathah dan alif atau Ya	Ā	a dan garis diatas
...إَ...يَ	Kasrah dan Ya	Ī	i dan garis diatas
...وُ...يَ	Dammah dan Wau	Ū	u dan garis diatas

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

- a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

- b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh :

- رَوْضَةُ الْإِطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ al-madīnah al-munawwarah/ al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَة talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرَّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan

dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

- تَأْخُذُ ta'khuzu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innalāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innalāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

- لِلَّهِمَّ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lilāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lilāhi rabbi l`ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Alaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lilāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas berkah dan rahmat Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Efektivitas dan Religiusitas Penggunaan BSI Mobile Terhadap Loyalitas Nasabah di Masa Pandemi (Studi Kasus pada Mahasiswa di Sleman)”. Sholawat serta salam tidak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Agung Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasehat, motivasi, kritik serta saran. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST.,M.Sc.,Ph.D, selaku rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. H. Tamyiz Mukharrom, M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Rahmani Timorita Yulianti, Dr. Dra., M.A., selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Ibu Soya Sobaya, S.E.I., M.M., selaku Ketua Prodi Program Studi Ekonomi Islam.
5. Bapak Amom Garbo, SEI, ME selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.
6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberika n bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Prodi Ekonomi Islam.

7. Kedua orang tua, adik, dan seluruh keluarga besar tanpa terkecuali atas doa dan semangat nya.
8. Pengguna BSI *Mobile*, yang telah memberikan partisipasi dan dukungan terhadap penelitian ini, sehingga penelitian ini dapat disusun dengan sebaik-baiknya.

Penulis menyadari banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, dengan kerendahan hati penulis memohon maaf kepada seluruh pihak atas kesalahan saya yang disengaja maupun tidak. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan para pembaca.

Yogyakarta, 15 Oktober 2021

Dara Laela Yuhana Nifa

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
REKOMENDASI PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
NOTA DINAS.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	Error! Bookmark not defined.
PEDOMAN TRANSLITERASI	ix
KATA PENGANTAR	xvii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR TABEL	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II KERANGKA TEORI.....	8
A. Telaah Pustaka	8
B. Landasan Teori.....	11
C. Hipotesis.....	33
D. Kerangka Berpikir.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Desain Penelitian	32
B. Lokasi Penelitian	32

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian	32
D. Obyek Penelitian	32
E. Populasi dan Sampel	33
F. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel	34
H. Instrumen Penelitian.....	39
I. Teknik Analisis Data	41
BAB IV ANALISIS DATA.....	48
A. Deskripsi Obyek Penelitian	48
B. Deskripsi Data Responden	51
C. Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V PENUTUP.....	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69

DAFTAR TABEL

Tabel 0. 1 Transliterasi Konsonan	x
Tabel 0. 2 Transliterasi Vokal Tunggal	xii
Tabel 0. 3 Transliterasi Vokal Rangkap	xii
Tabel 0. 4 Transliterasi Maddah.....	xiii
Tabel 2. 1 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional	12
Tabel 2. 2 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia September 2020	14
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	36
Tabel 3. 2 Skor Skala Likert.....	40
Tabel 3. 3 Indikator Variabel	40
Tabel 4. 1 Kampus Responden.....	51
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4. 3 Lama menggunakan BSI Mobile.....	52
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif.....	53
Tabel 4. 5 Perhitungan Kategori Variabel	54
Tabel 4. 6 Kategorisasi Efektivitas.....	55
Tabel 4. 7 Kategorisasi Religiusitas	56
Tabel 4. 8 Kategorisasi Kepuasan Nasabah.....	57
Tabel 4. 9 Uji Validitas	58
Tabel 4. 10 Uji Reabilitas.....	59
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	60
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	60
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	61
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Berganda	62
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	65
Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia teknologi dan informasi sudah semakin berkembang diikuti pula dengan semakin mudahnya akses dalam pemanfaatan layanan jasa. Menyikapi pemanfaatan perkembangan teknologi tak terkecuali dalam bidang ekonomi maka salah satu inovasi yang dikeluarkan oleh penyedia jasa perbankan adalah aplikasi *mobile banking* atau biasa di singkat *mbanking*. Pengertian *mobile banking* menurut (Riswandi, 2005) adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui smartphone. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan alat komunikasi bergerak seperti handphone. Melalui adanya layanan *mobile banking*, nasabah dapat melakukan transaksi layanan perbankan tanpa harus mengunjungi outlet bank, kemudahan tersebut dapat diakses hanya dengan menggunakan handphone maka nasabah dapat lebih menghemat waktu dan biaya.

Kepala Eksekutif pengawas perbankan OJK Heru Kristiyana mengatakan transaksi daring mengalami peningkatan pesat. Pada Maret 2020 terjadi peningkatan transaksi sebesar 320 persen. Lalu ada April 2020 naik menjadi 480 persen. Transaksi layanan elektronik di beberapa bank sudah tumbuh dengan sangat pesat, bahkan ada yang transaksi digitalnya sudah enam juta per hari (Merdeka.com, 2020, Par. 2). Dalam pernyataan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa transaksi perbankan menggunakan mobile banking semakin meningkat di masa pandemi covid-19.

Seiring perkembangan perbankan syariah di Indonesia yang diikuti dengan semakin maraknya kebutuhan halal *life style*, maka masyarakat di Indonesia semakin menyadari pentingnya bertransaksi sesuai dengan prinsip

syariah. Supaya dapat memenuhi kebutuhan masyarakat tentang halal *life style* serta dapat bersaing dengan kompetitor penyedia jasa perbankan lainnya maka bank Syariah di Indonesia harus mampu mengikuti perkembangan kemajuan teknologi, salah satunya adalah dengan ikut meluncurkan aplikasi *mobile banking*. perbankan syariah harus menyadari bahwa nasabah saat ini tidak hanya mempertimbangkan bank apa saja tempat mereka menabung atau berinvestasi, tidak hanya mempertimbangkan bunga atau keuntungan yang akan didapatkan dalam perbankan tersebut, akan tetapi nasabah juga membutuhkan kecanggihan dan kelengkapan fitur dari suatu produk perbankan, karena saat ini yang dicari nasabah tidak hanya *value* (nilai) yang akan didapatkan dari apa yang ditawarkan oleh pihak bank tersebut, melainkan kualitas dan kemudahan yang dapat membantu dan memperlancar transaksi nasabah tersebut (Nurdin, 2020).

Salah satu bank syariah di Indonesia yang meluncurkan layanan *mobile banking* adalah Bank Syariah Indonesia, bank ini merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya Bank Rakyat Indonesia Syariah, Bank Syariah Mandiri dan BNI Syariah pada tanggal 1 Februari 2021. Bertepatan dengan mergernya 3 bank tersebut menjadi Bank Syariah Indonesia maka Bank Syariah Indonesia meluncurkan aplikasi layanan *mobile banking* dengan nama BSI Mobile dengan fitur beragam mulai dari info rekening, layanan transfer, pembayaran, pembelian, layanan islami, ziswaf, e-mas, tarik tunai, pembukaan rekening online, dll. Selain dapat digunakan untuk transaksi perbankan, BSI mobile juga dapat digunakan untuk aktivitas religius seperti layanan pengingat sholat, juz amma, asmaul husna, hikmah, kalkulator qurban, pengingat waktu sholat, lokasi masjid terdekat, dan arah kiblat. Hal tersebut merupakan upaya untuk mewujudkan kebutuhan masyarakat mengenai halal *life style*.

Di era pandemi Covid-19 ini membuat peran digitalisasi transaksi semakin besar, hal ini dikarenakan oleh adanya pembatasan kontak fisik secara

langsung oleh pemerintah guna mengurangi penyebaran virus Covid-19 ini di Indonesia (Kompas, 2020, Par. 3). Masyarakat dengan tingkat pengetahuan yang lebih luas tentang kemajuan teknologi akan dihadapkan dengan pilihan sekaligus solusi untuk lebih memilih menggunakan layanan *mobile banking* dalam melakukan transaksi perbankan. Salah satu golongan masyarakat dengan tingkat literasi yang baik dalam bidang teknologi adalah mahasiswa (Juditha, 2017). Menurut (Siswoyo, 2007) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat ada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi i.. Di Indonesia persebaran mahasiswa terpusat di beberapa daerah, salah satunya yang terbesar yaitu di Sleman, Yogyakarta. Menurut Badan Pusat Statistik Sleman, pada tahun 2016 ada lebih dari 300.000 mahasiswa yang menempuh pendidikan di Kabupaten Sleman.

Pemanfaatan *mobile banking* oleh masyarakat terutama golongan mahasiswa didasari oleh faktor kemudahan dan manfaat sehingga tidak perlu bertransaksi di outlet bank cukup melalui handphone saja, hal ini sangat membantu mahasiswa jika untuk pembayaran SPP, KKN, PKL dan sebagainya. Namun, sampai saat ini masih banyak mahasiswa yang belum menggunakan layanan *mobile banking* sebagai alternatif dalam memudahkan pembayaran terlebih saat pembatasan sosial di masa pandemi Covid 19. Dalam penelitian ini penulis bermaksud untuk menggali lebih dalam lagi mengenai pemanfaatan *mobile banking* di kalangan mahasiswa di masa pandemi Covid-19 sebagai salah satu alternatif transaksi perbankan melalui pengukuran loyalitas. Menurut Lovelock dan Wright, (Donni Juni Priansa, 2017) menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan konsumen untuk secara sukarela terus berlangganan dengan

perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas nasabah dalam penelitian ini adalah seseorang konsumen yang melalui periode panjang menyewa atau memperkerjakan suatu perusahaan dan memuaskan segala macam kebutuhan mereka dengan produk produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dalam penggunaan mobile banking yaitu konsep mobile banking, manfaat, kemudahan penggunaan, risiko, kemampuan akses, dan keamanan (Hadi, 2019).

Penulis tertarik mencoba mengadakan penelitian dan menganalisis seberapa besar tingkat loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia yang menawarkan layanan *mobile banking*. Dalam hal ini penulis meneliti mahasiswa pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia di Sleman dilihat dari efektivitas di masa pandemi serta menambahkan variabel *religious activity* untuk mengetahui apakah fitur *religious activity* yang tersedia di BSI mobile berpengaruh terhadap loyalitas pengguna BSI Mobile karena belum banyak yang meneliti variabel tersebut. Penelitian ini menjadi penting mengingat isu seputar digitalisasi transaksi menggunakan *mobile banking* sedang marak terjadi di masa pandemi covid-19 karena adanya pembatasan sosial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif. Adapun pendekatan penelitian ini adalah penelitian dengan survey menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data pokok kepada mahasiswa pengguna BSI Mobile di Sleman.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah, maka permasalahan yang akan dibahas ada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh efektivitas *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah (mahasiswa pengguna BSI Mobile Sleman) di masa pandemi?

2. Bagaimana pengaruh fitur *religious activity* yang terdapat pada BSI *mobile* terhadap loyalitas nasabah (mahasiswa pengguna BSI Mobile Sleman) di masa pandemi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh efektivitas *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah mahasiswa pengguna BSI *mobile* di Sleman saat masa pandemi.
2. Menganalisis pengaruh fitur *religious activity* terhadap peningkatan loyalitas nasabah mahasiswa pengguna BSI *mobile* di Sleman saat masa pandemi.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian yang berjudul “ANALISIS EFEKTIVITAS DAN RELIGIOUS ACTIVITY BSI MOBILE TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI MASA PANDEMI (Studi Kasus pada Mahasiswa di Sleman)” dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

1. Teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai efektivitas layanan *mobile banking* ada bank syariah, serta dapat menjadi bahan informasi mengenai manfaat dan risiko yang dapat terjadi dalam penggunaan layanan *mobile banking*.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Lembaga penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau sumbangan pemikiran bagi perusahaan untuk menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam meningkatkan fasilitas layanan *mobile banking*.

2. Bagi Akademisi penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian atau referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *mobile banking*.

E. Sistematika Penulisan

Pada bagian BAB I, dijelaskan mengenai latar belakang penelitian terkait pengaruh efektivitas dan religiusitas nasabah BSI *Mobile* terhadap loyalitas nasabah mahasiswa pengguna mobile banking Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman. Dalam latar belakang memuat kondisi dan fenomena serta teori yang terjadi sehingga menjadi landasan dalam pengambilan judul penelitian. Selanjutnya pada bagian ini juga memuat rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II menjelaskan tinjauan pustaka guna memastikan bahwa penelitian yang dilakukan merupakan kelanjutan, penyempurnaan, atau perbaikan dari penelitian sebelumnya sekaligus mencegah penjiplakan. Selanjutnya pada bagian ini juga memuat landasan teori dengan berisikan teori yang relevan dengan topik penelitian, hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas suatu persoalan yang masih di harus dibuktikan kebenarannya, kerangka berpikir merupakan serangkaian teori yang tertuang dalam telaah pustaka dan landasan teori.

Pada bagian BAB III, dijelaskan mengenai rancangan penelitian, lokasi penelitian, periode pelaksanaan penelitian, objek penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, makna konseptual dan operasional variabel, instrumen penelitian, dan teknik analisis data.

Pada bagian BAB IV, dijelaskan terkait analisis data dan pembahasan antar faktor-faktor data yang diperoleh dari masalah. Pada bagian ini juga memuat hasil dari pengujian instrumen, pengujian deskripsi, dan pengujian hipotesis, serta uraian hasil pembahasan.

Pada bagian BAB V, dijelaskan terkait kesimpulan dan saran. Kesimpulan meliputi pernyataan singkat dan faktual tentang masalah dan hasil pembahasan, serta rekomendasi untuk penelitian di masa mendatang dengan perubahan masalah yang ditemukan sesuai dengan pembahasan sebuah studi yang ditujukan pada pihak-pihak yang terlibat.



BAB II

KERANGKA TEORI

A. Telaah Pustaka

Pada bagian ini penulis menyajikan beberapa hasil penelitian maupun jurnal mengenai pengaruh efektivitas mobile banking terhadap loyalitas nasabah yang dapat dijadikan sebagai referensi penelitian. Penulis mengambil skripsi berjudul EFEKTIVITAS DAN RISIKO PENGGUNAAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DALAM BERTRANSAKSI DI BANK SYARIAH MANDIRI (BSM) (Studi Pada Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung angkatan 2016) oleh Iin Yusmania pada tahun 2020 sebagai landasan utama. Dalam skripsi tersebut melalui kuisioner kepada beberapa mahasiswa UIN Raden Intan menunjukkan bahwa dari 165 mahasiswa, 44 orang diantaranya tidak menjadi nasabah di bank syariah dan 56 orang diantaranya belum pernah memanfaatkan layanan *mobile banking* dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel efektivitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam bertransaksi menggunakan mobile banking. Sebagian besar mahasiswa lebih memilih pembayaran melalui ATM atau dengan mengantre di bank. Penulis menambahkan variabel religiusitas dalam rencana penelitian ini sebagai pembaharuan dari penelitian sebelumnya serta penelitian ini dilaksanakan terfokus pada masa pandemic covid-19 dimana berlakunya aturan pembatasan sosial yang dapat membatasi interaksi masyarakat.

Adapun penelitian-penelitian sebelumnya yang berhasil disusun temuan adalah sebagai berikut :

Pertama, Penelitian yang dilakukan oleh Nurhayati & Fatmasaris Sukesti dalam jurnal berjudul PENINGKATAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MELALUI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN

DAN KEPUASAN NASABAH DENGAN VARIABEL RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang) mendapatkan hasil bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang maka variabel religiusitas dapat memoderasi antara kualitas layanan dengan loyalitas semakin tinggi tingkat kepercayaan seorang nasabah untuk memberikan kepercayaan kepada bank syariah maka akan semakin tinggi loyalitasnya pada bank syariah.

Kedua, Penelitian yang dilakukan oleh Zakaria Harahap pada tahun 2020 dalam jurnal berjudul PENGARUH PELAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PRABUMULIH mendapatkan hasil dari data-data yang telah disajikan dapat dilihat pengaruh layanan m-Banking terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Prabumulih sangat baik. Yang artinya Bank telah cukup memberikan berbagai fitur-fitur atau produk-produk yang ditawarkan kepada nasabahnya.

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Fajar Akbar Hariansyah dkk pada tahun 2019 dalam jurnal berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada Pengguna Layanan BRI Mobile Bank Rakyat Indonesia di Kantor Cabang Cirebon mendapatkan hasil bahwa secara simultan variabel efficiency, system availability, fulfillment, privacy, contact, responsiveness, dan compatibility of mobile device berpengaruh secara signifikan terhadap satisfaction atau kepuasan pengguna sebesar 40,90%. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka Bank Rakyat Indonesia (BRI) perlu meningkatkan kualitas layanan BRI Mobile karena dapat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yang akan mendorong loyalitas mereka untuk tetap menggunakan BRI Mobile.

Keempat, penelitian yang berjudul The Effect of M-Banking Service Quality and Customer Perceived Value to Satisfaction and Loyalty of Bank XYZ Customers oleh Elvriawati Tumewah, Juniarta, dan Yonathan Kurniawan

menunjukkan bahwa kualitas layanan perbankan dan nilai yang diterima nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Melfi Adela pada tahun 2020 dalam naskah skripsi berjudul PENGARUH LAYANAN M-BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa) menunjukkan bahwa variabel layanan m-banking yang meliputi i kemudahan penggunaan layanan, keamanan sistem m-banking, kredibilitas perusahaan jasa layanan perbankan, dan kecepatan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maka semakin tinggi kualitas layanan m-banking maka semakin meningkat kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Rajabasa.

Keenam, Penelitian yang dilakukan oleh Yeni Anda Dwipurpitari pada tahun 2019 dalam naskah skripsi berjudul PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PRODUK MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BRI SYARIAH KCP PONOROGO mendapatkan hasil bahwa kualitas layanan mobile banking dan kualitas produk mobile banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BRI Syariah KCP Ponorogo.

Ketujuh, Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Eka Ramadhani pada tahun 2020 dalam naskah skripsi berjudul PENGARUH LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK MEGA, Tbk REGIONAL MAKASSAR mendapatkan hasil bahwa (1) Variabel empathy, assurance, responsiveness, reliability dan tangible secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mega, Tbk Regional Makassar.

Kedelapan, Penelitian yang dilakukan oleh Anggita Virgian Pramesti pada tahun 2020 dalam naskah skripsi berjudul PENGARUH KUALITAS LAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH DI BANK BRI SYARIAH KCP AJIBARANG

mendapatkan hasil bahwa pada substruktur I secara simultan diketahui bahwa layanan m-banking (Reliability, Assurance, Responsiveness, Efficiency, Empathy, Tangible) berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari telaah pustaka tersebut penulis berniat mengadakan penelitian dengan topik serupa yang secara umum membahas tentang kualitas layanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah suatu bank. Pembaharuan yang penulis berikan disini yaitu penulis menggunakan variabel efektivitas penggunaan *mobile banking* serta variabel religious activity pengguna *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah (mahasiswa) di masa pandemi covid-19.

B. Landasan Teori

1. Bank Syariah

a. Pengertian Bank Syariah

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perubahan atas Undang-Undang Nomor 07 Tahun 1992, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. perbankan membantu memperlancar aliran dana dari pihak yang mempunyai kelebihan dana dengan pihak yang membutuhkan dana. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah, perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari Bank Umum Syariah dan Bank pembiayaan Rakyat Syariah. Dimana, Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran, dan Bank pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS)

adalah bank syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (Ridwansyah, 2013).

Berikut adalah tabel perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional menurut (Machmud, Dr. Amir, dan H. Rukmana, S.E., 2011):

Tabel 2. 1 Perbedaan Bank Syariah dan Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
Menggunakan akad syariah	Tidak menggunakan akad
Penghimpun dan enyalur dana harus sesuai dengan fatwa DPS	Tidak terdapat dewan sejenis
Melakukan investasi yang halal saja dengan bagi hasil dan falah oriented	Melakukan investasi dengan rofit oriented

b. Landasan Hukum Bank Syariah

Landasan hukum yang menjadi dasar bank syariah dalam menjalankan segala aktivitasnya yaitu:

1) Landasan Hukum Al-Quran

Landasan hukum utama yang menjadi dasar berdirinya bank syariah adalah Al-Quran. Salah satu ayat didalam Al-Quran yang menjelaskan mengenai bank syariah adalah Q.S Al-Baqarah Ayat

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya: “orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya”

Ayat tersebut menjelaskan mengenai larangan riba dan menghalalkan jual beli sebagai salah satu jalan untuk memperoleh harta dengan cara yang baik. Dalam Islam, keadilan dan kemaslahatan mempunyai kedudukan utama dalam hukum syariah.

2) Landasan Hukum Negara (Undang-Undang)

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 sebagai penyempurnaan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 karena dalam undang-undang tersebut bank syariah hanya dipahami sebagai bank bagi hasil yang selanjutnya harus tunduk pada peraturan perbankan umum konvensional. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 berisi mengenai pengertian bank dan aktivitas apa saja yang dapat dilakukan oleh bank, serta dijelaskan juga mengenai prinsip syariah, dimana prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dengan pihak lain untuk menyimpan dana dan atau pembiayaan kegiatan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah, antara lain pembiayaan berdasarkan prinsip bagi hasil (mudharabah), pembiayaan berdasarkan prinsip penyertaan modal (musharakah), prinsip jual beli barang dengan memperoleh keuntungan

(murabahah), atau pembiayaan barang modal berdasarkan prinsip sewa murni tanpa ilihan (ijarah), atau dengan adanya pilihan pemindahan kepemilikan atas barang yang disewa dari pihak bank oleh pihak lain (ijarah wa iqtina).

c. Perkembangan Bank Syariah di Indonesia

Bank syariah di Indonesia mulai dikenal sejak didirikannya Bank Muamalat Indonesia (BMI) pada tahun 1991 yang kemudian mulai resmi beroperasi pada tahun 1992. Pada awal didirikannya BMI, bank syariah belum terlalu mendapat perhatian dalam industri perbankan nasional, sampai kemudian dilakukan revisi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 yang menghasilkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998. Undang-Undang tersebut menjadikan perbankan di Indonesia semakin berkembang, dimana masyarakat diberikan kesempatan seluas-luasnya untuk mendirikan bank berdasarkan prinsip syariah.

Lalu kemudian pada tahun 2008, disahkan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang perbankan Syariah, dimana undang-undang ini yang digunakan sampai saat ini. Selain itu, sejak tahun 2013 fungsi pengaturan dan pengawasan perbankan telah berpindah dari Bank Indonesia (BI) ke Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Berikut adalah statistik perkembangan bank syariah di Indonesia bulan September tahun 2020:

Tabel 2. 2 Perkembangan Bank Syariah di Indonesia September 2020

Industri Perbankan	Jumlah Institusi	Jumlah Kantor	Aset (dalam triliun rupiah)	PYD (dalam triliun rupiah)	DPK (dalam triliun rupiah)
Bank Umum Syariah	14	1.943	375.16	240.50	312.10
Unit Usaha Syariah	20	390	186.69	133.54	139.29
Bank Pembiayaan Rakyat Syariah	162	626	14.01	10.60	9.12
Total	196	2.959	575.85	384.65	460.51

d. Karakteristik Bank Syariah

Bank syariah ialah bank yang berasaskan, antara lain ada asas kemitraan, keadilan, transparansi dan universal serta melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Kegiatan bank syariah merupakan implementasi dari prinsip ekonomi Islam dengan karakteristik, antara lain sebagai berikut (Sari, 2016):

1. Pelarangan riba dalam berbagai bentuknya.
2. Tidak mengenal konsep nilai waktu dari uang (*time-value of money*).
3. Konsep uang sebagai alat tukar bukan sebagai komoditas.
4. Tidak diperkenankan melakukan kegiatan yang bersifat spekulatif.
5. Tidak diperkenankan menggunakan dua harga untuk satu barang.
6. Tidak diperkenankan dua transaksi dalam satu akad.

Pada dasarnya karakteristik bank syariah yaitu sebuah bank yang adil, berarti memperlakukan sesuatu sesuai dengan posisinya serta memberikan sesuatu hanya kepada yang berhak tanpa memandang perbedaan kemampuan ekonomi ataupun agama, serta melarang adanya unsur maysir, gharar, dan riba dengan tujuan berupa tercapainya kesejahteraan di dunia dan di akhirat.

e. Produk Bank Syariah

Produk-produk bank syariah dapat dibagi menjadi :

1. Penyaluran Dana rodruk enyaluran dana terdiri dari:
 - a) Jual beli meliputi:
 - (1) Murabahah, yaitu transaksi jual beli dimana bank mendapat keuntungan dan secara transparan memberitahukannya kepada nasabah. Dalam hal ini bank sebagai penjual dan nasabah sebagai pembeli.

- (2) Salam, yaitu transaksi jual beli dimana barang yang menjadi objek transaksi tersebut diserahkan secara tangguh. Dalam hal ini bank sebagai pembeli dan nasabah sebagai penjual.
 - (3) Istishna, mirip dengan salam. Dalam istishna, bank dapat membayar dalam beberapa kali termin pembayaran.
- b) Ijarah (Sewa), hampir sama dengan jual beli, bedanya yang menjadi objek dalam transaksi ini adalah dalam bentuk manfaat. Pada akhir masa sewa, dapat saja disepakati bahwa barang yang diambil manfaatnya selama masa sewa akan diperjual belikan antara bank dan nasabah (Ijarahmuntahiya bittamlik/sewa yang diikuti dengan berpindahnya kepemilikan).
- c) Syirkah, meliputi:
- (1) Musyarakah, yaitu bentuk umum dari usaha bagi hasil, dimana dalam kerjasama ini para pihak bersama-sama memadukan sumber daya baik berwujud maupun tidak berwujud sebagai modal, dan secara bersama-sama pula mengelola proyek tersebut.
 - (2) Mudarabah, yaitu bentuk spesifik dari musyarakah, dimana salah satu pihak sebagai Shahibul Mal (pemilik modal) dan pihak lainnya sebagai Mudharib (pengelola).
- d) Akad Pelengkap, meliputi:
- (1) Hiwalah, yaitu transaksi pengalihan utang piutang, dimana dalam prakteknya di perbankan syariah digunakan untuk membantu supplier mendapatkan modal tunai agar dapat melanjutkan produksinya dan bank mendapatkan ganti biaya atas jasa.
 - (2) Rahn dikenal dengan sebutan gadai, tujuan rahn adalah untuk memberikan jaminan pembayaran kembali kepada bank dalam memberikan pembiayaan.

- (3) Qard, yaitu pinjaman uang.
 - (4) Wakalah dikenal dengan sebutan bank garansi, terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu.
2. Penghimpunan Dana Produk penghimpunan dana terdiri dari:
- a) Wadiah, meliputi:
 - (1) Wadiah Yad Dhamanah, pada konsep ini bank dapat mempergunakan dana yang dititipkan tetapi bertanggungjawab penuh akan keutuhan dana yang dititipkan tersebut.
 - (2) Mudharabah, meliputi:
 - (a) Mudharabah Mutlaqah, yaitu mudharabah yang tidak disertai dengan pembatasan penggunaan dana dari pemilik modal.
 - (b) Mudharabah Muqayadah on Balance Sheet, yaitu mudharabah yang disertai pembatasan penggunaan dana dari pemilik modal untuk investasi tertentu.
 - (c) Mudharabah off Balance Sheet, bank sebagai arranger yang mempertemukan nasabah pemilik modal dan nasabah yang akan menjadi pengelola.
 - (d) Wakalah, terjadi apabila nasabah memberikan kuasa kepada bank untuk mewakili dirinya melakukan pekerjaan jasa tertentu seperti inkaso dan transfer.

2. **Mobile banking**

a. **Pengertian Mobile banking**

Pengertian *Mobile banking* menurut (Riswandi, 2005) adalah suatu layanan inovatif yang ditawarkan oleh bank yang memungkinkan pengguna melakukan kegiatan transaksi perbankan melalui *smartphone*. *Mobile banking* merupakan sebuah fasilitas atau layanan perbankan menggunakan

alat komunikasi bergerak seperti handphone, dengan penyediaan fasilitas untuk bertransaksi perbankan melalui aplikasi ada handphone.

Sedangkan menurut (Supriyono, 2011) *Mobile banking* merupakan layanan perbankan yang dapat diakses langsung melalui jaringan telepon seluler/ handphone GSM (Global for Mobile Communication) atau CDMA dengan menggunakan layanan data yang telah disediakan oleh operator telepon seluler, misal Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya.

Berdasarkan prinsip syariah pada *mobile banking*, akad perjanjian *mobile banking* berpedoman pada DSN MUI No. 10/DSNMUI/IV/2000 tentang wakalah, dimana akad ini telah sesuai dengan syarat sahnya perjanjian dengan terpenuhinya rukun dan syarat akad dengan menggunakan akad wakalah disertai dengan fee terhadap penggunaan layanan jasanya.

b. Kelebihan dan Kekurangan *Mobile banking*

1) Kelebihan Mobile Banking menurut (Fadlan & Dewantara, 2018)

a) Bagi Nasabah

- (1) Nasabah dapat mengakses jasa-jasa yang tersedia di bank kapanpun dan dimanapun.
- (2) Nasabah dapat mengetahui apabila telah terjadi penarikan uang di rekening.
- (3) Memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi secara online.
- (4) Layanan Mobile Banking dapat menghemat waktu, tenaga juga biaya.

b) Bagi Bank

- (1) Dapat mengurangi biaya pengurusan terhadap nasabah.
- (2) Menghemat biaya pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan mendirikan outlet ATM.
- (3) Meningkatkan kecepatan layanan dan jangkauan dalam aktivitas perbankan.

(4) Strategi yang kompetitif untuk memberikan valueadded kepada nasabah.

2) Kekurangan Mobile Banking

- (1) Isu keamanan tentang cyber crime.
- (2) Ada kemungkinan terjadi error pada aplikasi mobile banking.
- (3) Membuat orang mempunyai kecenderungan menjadi konsumtif karena kemudahan yang ditawarkan.

c. BSI Mobile

Salah satu *mobile banking* bank syariah dengan pengguna terbanyak di Indonesia yaitu BSI Mobile dengan nasabah 2,5 juta pengguna BSI Mobile (<https://bsimobile.co.id/>). BSI Mobile dilansir dari web resmi Bank Syariah Indonesia (<https://bsimobile.co.id/>) adalah salah satu saluran distribusi yang dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia untuk mengakses rekening yang dimiliki i nasabah dengan menggunakan teknologi 3G/4G dan WIFI melalui smartphone.

(1) Fitur-fitur BSI Mobile:

1. Info rekening (informasi saldo, mutasi, dan informasi portofolio)
2. Transfer (pindah buku, online, SKN, QRIS)
3. Pembayaran
4. Pembelian (voucher HP, PLN Prabayar, E-money, Paket Data, Top Up EWallet, Aqiqah, Streaming Video & Musik, Kartu Debit OTP)
5. Buka rekening online
6. E-mas
7. Tarik Tunai Tanpa Kartu
8. BSI Keyboard
9. Transaksi Terjadwal
10. Akses Menu Favorit
11. Update lokasi ATM dan Cabang

12. Penyimpan data transaksi favorit
13. Share aktivitas ke sosial media
14. Jadwal shalat dan kalimat inspiratif
15. Akses sosial media Bank Syariah Indonesia
16. Akses langsung Bank Syariah Indonesia Call 14040
17. Informasi produk dan promo Bank Syariah Indonesia
18. Notifikasi detil transaksi ke email yang didaftarkan
19. Bukti transaksi otomatis tersimpan di kotak masuk
20. Penambahan biller pembayaran dan pembelian
21. Menu Rate Mata Uang Asing
22. Portfolio Nasabah
23. Permintaan ulang kode aktivasi
24. Digital Wakaf

(2) Registrasi:

1. Proses Pendaftaran/Registrasi
 - a. Nasabah bisa melakukan registrasi BSI Mobile via Kantor Cabang, ATM BSI, ataupun via Bank Syariah Indonesia Call
 - b. Setelah registrasi berhasil, nasabah akan menerima SMS yang berisi kode aktivasi.
2. Proses Download

Untuk ponsel dengan Android, IOS gunakan Google Play Store, App Store dengan keyword 'BSI Mobile'. Pastikan aplikasi BSI Mobile offered by / publisher / by PT Bank Syariah Indonesia, Tbk.

3. Proses Aktivasi

Nasabah meng-input nomor ponsel dan kode aktivasi yang didapat dari cabang pada saat pendaftaran/registrasi.



Gambar 1. Tampilan aplikasi BSI Mobile

3. Mahasiswa

A. Pengertian Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas (Hartaji, 2012: 5). Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan Tinggi (Kamus Bahasa Indonesia Online, kbbi.web.id) Menurut Siswoyo (2007: 121) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai

individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematangan pendirian hidup (Yusuf, 2012: 27).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Sedangkan dalam penelitian ini, subyek yang digunakan ialah dua mahasiswa yang berusia 23 tahun dan masih tercatat sebagai mahasiswa aktif.

B. Karakteristik Perkembangan

Mahasiswa Seperti halnya transisi dari sekolah dasar menuju sekolah menengah pertama yang melibatkan perubahan dan kemungkinan stres, begitu pula masa transisi dari sekolah menengah atas menuju universitas. Dalam banyak hal, terdapat perubahan yang sama dalam dua transisi itu. Transisi ini melibatkan gerakan menuju satu struktur sekolah yang lebih besar dan tidak bersifat pribadi, seperti interaksi dengan kelompok sebaya dari daerah yang lebih beragam dan peningkatan perhatian pada prestasi

dan penilaiannya (Santrock, 2002: 74) Perguruan tinggi dapat menjadi masa penemuan intelektual dan pertumbuhan kepribadian. Mahasiswa berubah saat merespon terhadap kurikulum yang menawarkan wawasan dan cara berpikir baru seperti; terhadap mahasiswa lain yang berbeda dalam soal pandangan dan nilai, terhadap kultur mahasiswa yang berbeda dengan kultur pada umumnya, dan terhadap anggota fakultas yang memberikan model baru. Pilihan perguruan tinggi dapat mewakili pengejaran terhadap hasrat yang menggebu atau awal dari karir masa depan (Papalia dkk, 2008: 672).

Ciri-ciri perkembangan remaja lanjut atau remaja akhir (usia 18 sampai 21 tahun) dapat dilihat dalam tugas-tugas perkembangan yaitu (Gunarsa: 2001: 129-131);

1. Menerima keadaan fisiknya; perubahan fisiologis dan organis yang sedemikian hebat pada tahun-tahun sebelumnya, pada masa remaja akhir sudah lebih tenang. Struktur dan penampilan fisik sudah menetap dan harus diterima sebagaimana adanya. Kekecewaan karena kondisi fisik tertentu tidak lagi mengganggu dan sedikit demi sedikit mulai menerima keadaannya.
2. Memperoleh kebebasan emosional; masa remaja akhir sedang pada masa proses melepaskan diri dari ketergantungan secara emosional dari orang yang dekat dalam hidupnya (orangtua). Kehidupan emosi yang sebelumnya banyak mendominasi sikap dan tindakannya mulai terintegrasi dengan fungsi- fungsi lain sehingga lebih stabil dan lebih terkendali. Dia mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya

dengan sikap yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosionalnya.

3. Mampu bergaul; dia mulai mengembangkan kemampuan mengadakan hubungan sosial baik dengan teman sebaya maupun orang lain yang berbeda tingkat kematangan sosialnya. Dia mampu menyesuaikan dan memperlihatkan kemampuan bersosialisasi dalam tingkat kematangan sesuai dengan norma sosial yang ada.
4. Menemukan model untuk identifikasi; dalam proses ke arah kematangan pribadi, tokoh identifikasi sering kali menjadi faktor penting, tanpa tokoh identifikasi timbul kekaburan akan model yang ingin ditiru dan memberikan pengarahan bagaimana bertindak laku dan bersikap sebaik-baiknya.
5. Mengetahui dan menerima kemampuan sendiri; pengertian dan penilaian yang objektif mengenai keadaan diri sendiri mulai terpupuk. Kekurangan dan kegagalan yang bersumber pada keadaan kemampuan tidak lagi mengganggu berfungsinya kepribadian dan menghambat prestasi yang ingin dicapai.
6. Memperkuat penguasaan diri atas dasar skala nilai dan norma; nilai pribadi yang tadinya menjadi norma dalam melakukan sesuatu tindakan bergeser ke arah penyesuaian terhadap norma di luar dirinya. Baik yang berhubungan dengan nilai sosial ataupun nilai moral. Nilai pribadi adakalanya harus disesuaikan dengan nilai-nilai umum (positif) yang berlaku dilingkungannya.

7. Meninggalkan reaksi dan cara penyesuaian kekanak-kanakan; dunia remaja mulai ditinggalkan dan dihadapannya terbentang dunia dewasa yang akan dimasuki.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa karakteristik mahasiswa ialah pada penampilan fisik tidak lagi mengganggu aktifitas dikampus, mulai memiliki intelektualitas yang tinggi dan kecerdasan berpikir yang matang untuk masa depannya, memiliki kebebasan emosional untuk memiliki pergaulan dan menentukan kepribadiannya. Mahasiswa juga ingin meningkatkan prestasi dikampus, memiliki tanggung jawab dan kemandirian dalam menyelesaikan tugas-tugas kuliah, serta mulai memikirkan nilai dan norma-norma di lingkungan kampus maupun di lingkungan masyarakat dimana dia berada.

4. Konsep Efektivitas

a. Pengertian Efektivitas

Secara bahasa efektivitas di ambil dari kata "efek" yang memiliki arti akibat atau pengaruh. Sedangkan efektif berarti adanya pengaruh atau adanya akibat serta enekanan. Secara sederhana efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti ada efeknya (akibatnya, pengaruhnya, dan dapat membawa hasil). Efisiensi dan efektivitas menurut Peter Drucker adalah melakukan suatu pekerjaan yang benar (*doing the right think*), sedangkan efisiensi adalah melakukan pekerjaan dengan benar (*doing think right*).

Efektivitas ada umumnya terkait dengan keberhasilan pencapaian tujuan dan sasaran, sedangkan untuk efisiensi adalah perbandingan yang baik antara perubahan dengan hasilnya. Dengan demikian, antara efektivitas dan efisien saling terkait satu sama lain. Oleh karena itu, efektivitas merupakan kemampuan untuk memilih

rencana yang tepat atau strategi yang tepat untuk mencapai target yang telah ditetapkan ataupun konsistensi kerja yang tinggi untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Dapat disimpulkan bahwa efektivitas adalah suatu usaha untuk mencapai suatu tujuan dengan melihat ketepatan penyelesaian pekerjaan tepat ada waktu yang telah ditetapkan. Artinya apakah pelaksanaan sesuatu tugas dinilai baik atau tidak sangat tergantung, apakah tugas itu diselesaikan atau tidak, terutama menjawab pertanyaan bagaimana cara melaksanakannya dan berapa biaya yang dikeluarkan untuk hal tersebut.

b. Indikator Efektivitas

Keluaran (output) yang dihasilkan lebih banyak bersifat output tidak berwujud (*intangible*) yang tidak mudah untuk dikuantifikasi yang tidak mudah untuk dikuantifikasi, maka pengukuran efektivitas sering menghadapi kesulitan. Kesulitan dalam pengukuran efektivitas tersebut karena pencapaian hasil (*outcome*) seringkali tidak dapat diketahui dalam jangka pendek, akan tetapi dalam jangka panjang setelah program berhasil, sehingga ukuran dari efektivitas biasanya dinyatakan secara kualitatif berdasarkan ada mutu dalam bentuk pernyataan saja (*judgement*), artinya apabila mutu yang dihasilkan baik, maka efektivitasnya baik pula.

Menurut pendapat Richard M. Steers di dalam Tesis yang tulis oleh Irawati Rochaeli (Fungsi dan peranan Dewan pengawas Syariah di Unit Usaha Syariah T. Bank "X" Dikaitkan dengan pelaksanaan Good Corporate Governance) menyebutkan beberapa ukuran dari efektivitas, yaitu:

- Kualitas, artinya kualitas yang dihasilkan oleh perusahaan.
- Produktivitas, artinya kuantitas dari jasa yang dihasilkan.
- Kesiagaan, yaitu penilaian bersifat menyeluruh sehubungan

dengan kemungkinan dalam hal penyelesaian suatu tugas khusus dengan baik.

- Efisiensi merupakan perbandingan beberapa aspek prestasi terhadap biaya untuk menghasilkan prestasi tersebut.
- Penghasilan, yaitu jumlah sumber daya yang masih tersisa setelah semua biaya dan kewajiban dipenuhi.
- Pertumbuhan adalah suatu perbandingan mengenai eksistensi sekarang dan masa lalunya.
- Stabilitas, yaitu pemeliharaan suatu struktur, fungsi dan sumber daya sepanjang waktu.
- Kecelakaan, yaitu frekuensi dalam hal perbaikan yang berakibat ada kerugian waktu.
- Semangat kerja, yaitu adanya perasaan terkait dalam hal pencapaian tujuan, yang melibatkan usaha tambahan, kebersamaan tujuan dan perasaan memiliki.
- Motivasi, artinya adanya kekuatan yang muncul dari setiap individu untuk mencapai tujuan.
- Kepaduan, yaitu fakta bahwa para anggota dari perusahaan saling menyukai satu sama lain, artinya bahwa bekerja sama dengan baik, berkomunikasi dan mengkoordinasikan.
- Keluwesan adaptasi, artinya adanya suatu rangsangan baru untuk mengubah prosedur standar operasinya, bertujuan untuk mencegah keterbukaan terhadap rangsangan lingkungan

Maka ukuran efektivitas merupakan suatu standar akan terpenuhinya mengenai sasaran dan tujuan yang akan dicapai. Selain itu, menunjukkan ada tingkat sejauh mana perusahaan, program/kegiatan melaksanakan fungsi-fungsinya secara optimal (Irawati, 2011).

5. **Fitur Religious Activity**

Religiusitas adalah hubungan pribadi dengan pribadi ilahi Yang Maha Kuasa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang (Tuhan) yang berkonsekuensi hasrat untuk berkenan kepada pribadi yang ilahi itu dengan melaksanakan kehendak-Nya dan menjauhi yang tidak dikehendaki-Nya (larangan-Nya) (Suhardiyanto, 2001).

Keberadaan teknologi baru seperti gadget muncul dalam kehidupan sehari-hari umat Islam tidak dapat disangkal mempengaruhi kegiatan keagamaan mereka. Aktivitas keagamaan menggunakan gadget dalam penelitian ini didefinisikan dari aplikasi (apps) yang terpasang dan kegiatan keagamaan yang didukung oleh gadget seperti mengaji Al-Qur'an dan pemberitahuan sholat. Al Qur'an digital merupakan aplikasi yang paling banyak dipasang di responden gadget. Fakta ini sesuai dengan aktivitas membaca Al Qur'an menggunakan gadget juga yang utama aktivitas keagamaan yang dilakukan oleh responden. Gadget ini digunakan untuk kegiatan keagamaan selain mengaji Al-Qur'an meliputi kegunaan untuk membaca literatur Islam, mendengarkan bacaan Al-Qur'an (Hapsari, 2020).

BSI Mobile selain bisa digunakan sebagai alat transaksi perbankan, juga menyediakan fitur untuk melakukan aktivitas religi seperti layanan ziswaf, juz amma, asmaul husna, hikmah, kalkulator qurban, waktu sholat, masjid terdekat dan arah kiblat. Hal tersebut guna memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia mengenai halal *life style* yang semakin marak belakangan ini.

f. **Indikator Religiusitas.**

Dimensi religiusitas yang diukur penulis melalui penelitian ini mengacu pada lima dimensi beragama (Turner, 2006) sebagai berikut :

1. Keyakinan
2. Pengalaman
3. Penghayatan

4. Pengetahuan
5. Kosekuensi

Konsep religiusitas yang dirumuskan oleh Glock dan Stark ada lima macam dimensi keagamaan:

1. Dimensi keyakinan (*the ideological dimension*). Dimensi keyakinan, dimensi ini berisi pengharapan-pengharapan dimana orang religious berpegang teguh pada pandangan teologis tertentu dan mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut. Setiap agama mempertahankan kepercayaan dimana para penganut diharapkan akan taat. Dalam konteks ajaran Islam, dimensi ini menyangkut keyakinan terhadap rukun iman, kepercayaan seseorang terhadap kebenaran-kebenaran agama-agamanya dan keyakinan masalah-masalah ghaib yang diajarkan agama.
2. Dimensi praktek agama (*the ritualistic dimension*). Dimensi ritual, yaitu aspek yang mengukur sejauh mana seseorang melakukan kewajiban ritualnya dalam agama yang dianut. Misalnya pergi ke tempat ibadah, berdoa, pribadi, berpuasa, dan lain-lain. Dimensi ritual ini merupakan perilaku keberagamaan yang berupa peribadatan yang berbentuk upacara keagamaan. Pengertian lain mengemukakan bahwa ritual merupakan sentiment secara tetap dan merupakan pengulangan sikap yang benar dan pasti. Perilaku seperti ini dalam Islam dikenal dengan istilah mahdaah yaitu meliputi i salat, puasa, haji, zakat, dan kegiatan lain yang bersifat ritual.
3. Dimensi ihsan dan penghayatan (*the experiential dimension*). Sesudah memiliki keyakinan yang tinggi dan melaksanakan ajaran agama (baik ibadah maupun amal) dalam tingkatan

yang optimal maka dicapailah situasi ihsan. Dimensi ihsan berkaitan dengan seberapa jauh seseorang merasa dekat dan dilihat oleh Tuhan dalam kehidupan sehari-hari. Dimensi ini mencakup pengalaman dan perasaan dekat dengan Allah, perasaan nikmat dalam menjalankan ibadah, dan perasaan syukur atas nikmat yang dikaruniakan oleh Allah dalam kehidupan mereka.

4. Dimensi pengetahuan agama (*the intellectual dimension*). Dimensi ini berkaitan dengan pengetahuan dan pemahaman seseorang terhadap ajaran-ajaran agamanya. Dimensi ini mengacu kepada harapan bahwa orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus, kitab suci dan tradisi-tradisi. Dan Al-Quran merupakan pedoman hidup sekaligus sumber ilmu pengetahuan. Hal tersebut dapat dipahami bahwa ajaran Islam sangat penting agar religiusitas seseorang tidak sekedar atribut dan hanya sampai dataran simbolisme ekstototrik. Maka, aspek dalam dimensi ini meliputi empat bidang yaitu, akidah, ibadah, akhlak, serta pengetahuan Al-Quran dan hadist. Dimensi pengetahuan mengenai sesuatu keyakinan adalah syarat bagi penerimanya.
5. Dimensi pengalaman dan konsekuensi (*the consequential dimension*). Konsekuensi komitmen agama berlainan dari keempat dimensi yang sudah dibicarakan di atas. Dimensi ini mengacu pada identifikasi akibat-akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman, dan pengetahuan seseorang dari hari ke hari. Dimensi ini berkaitan dengan kegiatan pemeluk agama untuk merealisasikan ajaran-ajaran dan lebih mengarah pada hubungan manusia tersebut dengan sesama

dalam kehidupan sehari-hari yang berlandaskan pada etika dan spiritualitas agama yang dianutnya. Pada hakekatnya, dimensi konsekuensi ini lebih dekat dengan aspek social. Yang meliputi ramah dan baik terhadap orang lain, menolong sesama, dan menjaga lingkungan.

g. Faktor yang Membentuk Religiusitas

Thouless (1995:34), membedakan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap keagamaan menjadi empat macam yaitu:

1. Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan social, faktor ini mencakup semua pengaruh social dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi social, tekanan dari lingkungan social untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dan sikap yang disepakati oleh lingkungan itu.
2. Faktor pengalaman. Berkaitan dengan berbagai jenis pengalaman yang membentuk sikap keagamaan. Terutama pengalaman mengenai keindahan, konflik moral dan pengalaman emosional keagamaan. Faktor ini umumnya berupa pengalaman spiritual yang secara cepat dapat mempengaruhi perilaku individu.
3. Faktor kehidupan. Kebutuhan-kebutuhan ini secara garis besar dapat menjadi empat yaitu, kebutuhan akan keamanan atau keselamatan, kebutuhan akan cinta kasih, kebutuhan untuk memperoleh harga diri, dan kebutuhan yang timbul karena adanya ancaman kematian.
4. Faktor intelektual. Berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi

6. Konsep Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu produk atau jasa berdasarkan sifat yang positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merk diperoleh karena adanya kombinasi kepuasan pelanggan dan keluhan pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau pelayanan tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan orang lain yang mereka kenal.

Menurut Lovelock dan Wright, (Priansa Doni, 2017) menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan konsumen untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas konsumen adalah seseorang konsumen yang melalui periode panjang menyewa atau memperkerjakan suatu perusahaan dan memuaskan segala macam kebutuhan mereka dengan produk produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

Berdasarkan pendapat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa definisi loyalitas nasabah adalah suatu karakteristik dari pelanggan dimana nasabah memegang teguh komitmennya untuk mengonsumsi produk atau jasa yang sama secara terus menerus dimana perilaku tersebut dilakukan nasabah tanpa adanya pertimbangan terhadap produk atau jasa tersebut.

b. Karakter Nasabah yang Loyal

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana digunakan Giffin dalam Ratih (2002: 31) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut

1. Melakukan pembelian secara teratur (make regular repeat purchases).
2. Membeli diluar lini produk/jasa (purchases across product and service lines).
3. Merekomendasikan produk lain (refers other)
4. Menunjukkan kekebalan dari daya Tarik produk sejenis dari pesaing (Demonstrates an immunity to the pull of the competition)

C. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah penerimaan sementara terhadap suatu masalah yang selanjutnya dijelaskan bahwa hipotesis dirumuskan guna menggambarkan interaksi dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas serta ada yang membandingkan satu variabel dari dua sampel (Suharsimi Arikunto, 2002). Sementara itu menurut Riyanto, W & Mohyi (2020) hipotesis adalah suatu jawaban, kesimpulan atau pendapat sementara dan belum final, karena kebenaran dari pendapat tersebut harus dibuktikan.

Pembaruan penelitian ini dari penelitian sebelumnya yaitu penelitian ini dilaksanakan pada saat pandemic covid 19 dimana terdapat pembatasan social masyarakat dan penggunaan mobile banking semakin marak, dan variabel yang digunakan yaitu variabel efektivitas BSI Mobile serta fitur religious activity BSI mobile dalam hal ini kaitannya dengan loyalitas nasabah. Variabel tersebut belum banyak diteliti sehingga penulis tertarik untuk mengadakan penelitian pengaruh efektivitas BSI mobile dan fitur religious activity di BSI mobile terhadap loyalitas nasabah.

1. Pengaruh Persepsi Efektivitas terhadap Loyalitas Nasabah

Efektivitas penggunaan mobile banking sangat berkaitan erat dengan kemudahan penggunaan, kepercayaan, serta kualitas layanan itu sendiri. Harris dan Harrington menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dicapai oleh perusahaan yang telah memahami kebutuhan pelanggan dan

melakukan segala upaya untuk melakukan layanan secara efektif dan efisien. Yang artinya kemudahan penggunaan, kepercayaan serta kualitas layanan atau keefektifan sebuah layanan jelas terkait dengan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Hanum, Djamhuri, dan Kamayanti dengan judul “Determinan Efektivitas Sistem E-Banking di Mata Nasabah: Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi” menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti kualitas layanan, daya guna dan kepercayaan atas sistem mempengaruhi efektivitas sistem e-banking dengan kepuasan pengguna sebagai indikatornya.

H1 : Efektivitas BSI Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

2. Pengaruh Religious Activity terhadap Loyalitas Nasabah

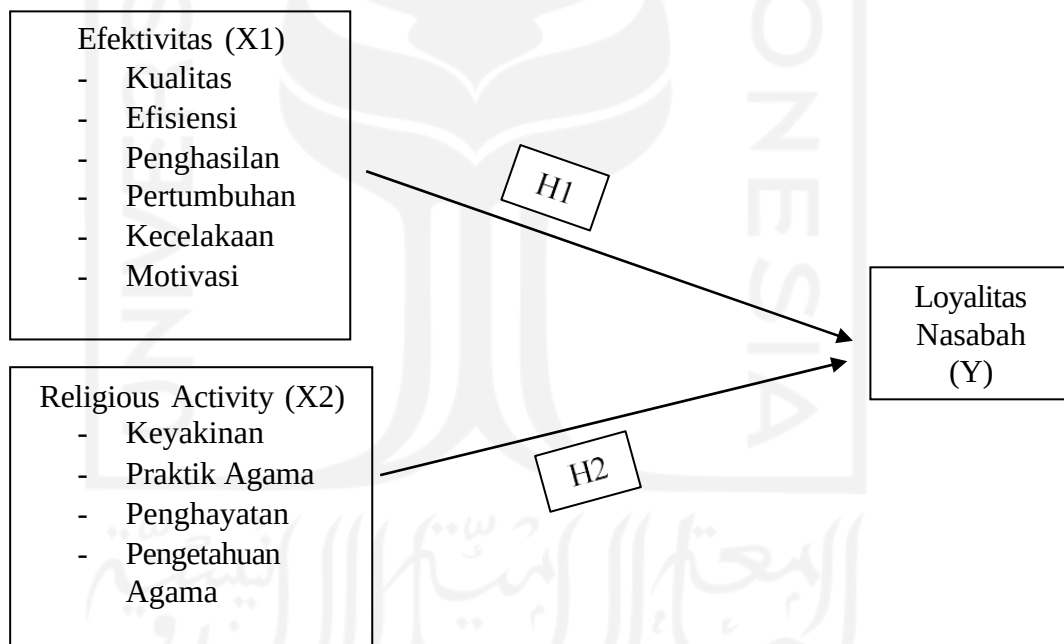
Faktor utama nasabah mempertahankan hubungan atau tetap loyal pada bank syariah adalah ketaatannya terhadap prinsip-prinsip syariah (Metawa & Almossawi, 1998). Nasabah memutuskan untuk tetap mempertahankan bank syariah terkait dengan masalah keimanan dan keyakinan terhadap pengharaman riba bagi umat Islam. Nasabah merasa yakin bahwa yang dilakukan tidak bertentangan dengan agama atau sesuai dengan perintah agama, memahami bahwa menabung diperbankan syariah untuk mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat.

Hasil penelitian yang dilakukan (Nurhayati & Sukesti, 2016) tingkat religiusitas sangat berpengaruh sekali terhadap loyalitas sehingga jenis produk-produk dari bank syariah harus dipertahankan.

H2 : Religious Activity berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah

D. Kerangka Berpikir

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Dalam penelitian ini penulis memilih faktor efektivitas penggunaan layanan *mobile banking* dan religiusitas nasabah sebagai variabel. Berdasarkan telaah pustaka diatas bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh efektivitas penggunaan layanan *mobile banking* bank syariah, sedangkan religius itas menunjukkan pada aspek agama yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati, dimana fitur penunjang seperti aktivitas religi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam terus menggunakan layanan BSI Mobile.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menganalisa pengaruh efektivitas penggunaan mobile banking dengan variabel religiusitas nasabah pengguna mobile banking terhadap loyalitas nasabah (Studi pada mahasiswa pengguna BSI Mobile di Sleman).

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian kali ini lokasi penelitian bertempat di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun alasan dipilihnya Bank Syariah Indonesia di Sleman sebagai lokasi penelitian karena letaknya yang berada dalam lingkungan persaingan antar industri perbankan yang cukup kompetitif dan Kabupaten Sleman mendapatkan Award sebagai kabupaten yang menerapkan sistem pembayaran non tunai yang maju. Berhubung objek penelitian yaitu mahasiswa, dan salah satu kota dengan jumlah mahasiswa terbanyak di Indonesia adalah di Sleman (<https://www.bps.go.id>).

C. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian tentang pengaruh layanan efektivitas BSI Mobile yang berlokasi di Kabupaten Sleman dilaksanakan bulan Juli-Oktober 2021.

D. Obyek Penelitian

Adapun obyek yang dijadikan penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna BSI Mobile yang berprofesi sebagai mahasiswa di Kabupaten Sleman.

E. Waktu Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian tentang pengaruh layanan efektivitas BSI Mobile yang berlokasi di Kabupaten Sleman dilaksanakan bulan Juli-Oktober 2021.

F. Obyek Penelitian

Adapun obyek yang dijadikan penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna BSI Mobile yang berprofesi sebagai mahasiswa di Kabupaten Sleman.

G. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Indonesia pengguna BSI Mobile di Kabupaten Sleman yang jumlahnya tidak diketahui pasti.

2. Sampel

Arikunto (1992) dalam Tarjo (2019) menyatakan studi sampel jika sampel mewakili populasi yang diteliti dan dalam penelitian mempunya i maksud untuk menggeneralisasi temuan studi sampel dalam suatu penelitian. Karena ukuran populasi dalam penelitian ini tidak pasti, rumus Wibisono (2003) digunakan untuk menghitung besar sampel dalam (Riduwan, 2007):

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan:

n = jumlah Sampel

$Z_{\alpha/2}$ = nilai tabel Z (nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan dengan persentase kepercayaan 95 %

σ = standar deviasi populasi (25% atau 0,25 sudah ketentuan

e = tingkat kesalahan penarikan sampel (dalam penelitian ini diambil 5%)

Maka Perhitungannya:

$$n = \left(\frac{(1,96).(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04 = 100$$

Maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

H. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan sumber data primer, yang peneliti kumpulkan langsung dari sumbernya dan data primer mempunyai sifat *up to date* (Siyoto & Sodik, 2015). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode *non-probability sampling*. teknik *non-probabilitas sampling* berupa prosedur metode yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap komponen atau bagian dari populasi yang dipilih untuk dijadikan tes. Dalam teknik *non-probabilitas sampling*, penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yang dimana dalam pemilihan sampel menggunakan kriteria tertentu sesuai fenomena dan kebutuhan yang diteliti (Sugiyono, 2016). Data primer dalam penelitian diperoleh melalui penyebaran angket atau kuesioner melalui *platform* google formulir.

I. Definisi Konseptual dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Dalam analisis ilmiah, kita harus mengamati dan mendokumentasikan beberapa karakteristik yang kita temui atau kita alami, jika karakteristik yang kita amati berubah seiring waktu, maka akan menyebabkan ketidakkonsistenan antara subjek, objek, dan istilah variabel yang digunakan, obyek yang bermacam-macam tersebut merupakan variabel (Riduwan, 2007).

Variabel dalam suatu penelitian dibagi menjadi dua kategori yaitu variabel bebas dan variabel terikat:

- a. Variabel bebas (variabel independen) dengan simbol (X) dalam penelitian ini adalah kualitas layanan BSI *Mobile* sebagai (X1) dan Fitur produk BSI *Mobile* sebagai (X2).

- b. Variabel terikat (variabel dependen) dengan simbol (Y) adalah kepuasan nasabah (Y).

2. Konseptual dan Operasional Variabel

Definisi konseptual merupakan tindakan memberi suatu penjelasan terhadap sebuah konsep yang memungkinkan konsep tersebut masih memberikan tanggapan yang berbeda dan menjadikan rumusan pernyataan yang lebih tegas, sehingga maksud dari pernyataan tersebut dipahami secara seragam oleh pembaca (Bakry, 2016) .

Adapun definisi konseptual variabel pada penelitian ini yaitu:

- (1) Efektivitas layanan dan religiusitas merupakan suatu hal yang berkaitan langsung dengan nasabah/konsumen, perihal apa yang diharapkan oleh nasabah/konsumen dalam memenuhi kebutuhan nasabah/konsumen.
- (2) Loyalitas Nasabah merupakan suatu hal yang diperoleh nasabah/konsumen ketika apa yang mereka harapkan bisa terwujud maupun melebihi ekspektasi yang diinginkan.

Sementara itu definisi operasional memungkinkan pelaksanaan dan pengukuran di lapangan, dengan definisi operasional peneliti mengetahui apa yang harus dilaksanakan dan diperiksa saat berada di lapangan (Parera, 2004).

Berikut operasional variabel ditunjukkan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Efektivitas (X1)		1. Kualitas	- BSI Mobile mempunyai kualitas yang baik
			2. Efisiensi	- BSI Mobile sangat mudah untuk dioperasikan di masa pandemi - BSI Mobile menghemat waktu dalam pengoperasian di masa pandemi
			3. Penghasilan	- BSI mobile memangkas pengeluaran biaya anda di masa pandemi
			4. Pertumbuhan	- Perkembangan BSI Mobile memudahkan anda dalam bertransaksi di masa pandemi
			5. Kecelakaan	- Error yang disebabkan oleh

				BSI Mobile membuat anda tidak puas
			6. Motivasi	- Fitur yang ada pada BSI Mobile memotivasi anda untuk menggunakan mobile banking di masa pademi
2.	Religious Activity (X2)	Religious activity adalah fitur yang disediakan untuk melakukan aktivitas religi.	1. Keyakinan	- Keyakinan membuat anda menggunakan layanan BSI Mobile
			2. Praktik Agama	- BSI Mobile membuat anda lebih menjalankan praktik agama dengan adanya fitur islami seperti pengingat sholat, ziswaf, dan al-quran.
			3. Penghayatan	- BSI Mobile membuat anda

				menghayati agama dengan adanya fitur islami seperti pengingat sholat, ziswaf, dan al-quran
			4. Pengetahuan Agama	- Pengetahuan agama membuat anda mengadopsi layanan BSI Mobile
3.	Loyalitas nasabah (Y)	Menurut Griffin (2002:4) loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.	1. Melakukan pembelian secara teratur	- Saudara akan menggunakan layanan mobile banking secara teratur di masa pandemi
			2. Melakukan rekomendasi kepada orang lain	- Saudara akan memberikan penilaian yang baik kepada orang lain terkait BSI Mobile - Saudara akan merekomendasikan aplikasi BSI Mobile kepada orang lain di masa pandemi

			3. Hanya menggunakan layanan tersebut.	- Saudara hanya menggunakan 1 aplikasi mobile banking yaitu BSI Mobile di masa pandemi
			4. Selalu melakukan pertimbangan khusus untuk menikmati layanan bank lain.	- Saudara tidak tertarik menggunakan layanan mobile banking dari bank lain di masa pandemi

J. Instrumen Penelitian

Menyusun instrumen penelitian merupakan langkah yang penting dalam penelitian, hal ini dikarenakan instrumen berfungsi sebagai alat bantu dalam mengumpulkan data yang diperlukan (Siyoto &, 2015).

Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner. Pertanyaan dan pernyataan kuesioner dalam penelitian ini diukur dengan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, dan pendapat seseorang terkait peristiwa atau kejadian sosial. Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang digunakan dalam penelitian atau variabel yang akan diukur kemudian dijabarkan menjadi dimensi, dari dimensi dijabarkan menjadi sub variabel, kemudian dari sub variabel dijabarkan lagi menjadi indikator-indikator yang dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Riduwan,

2007).

Setiap item terdapat skor dan didukung dengan kata-kata sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skor Skala Likert

Pertanyaan Positif	Skor	Pertanyaan Negatif	Skor
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	5
Setuju	4	Setuju	4
Netral	3	Netral	3
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	1

Adapun penjabaran indikator dari setiap variabel sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Indikator Variabel

Variabel	Indikator
Efektivitas (X1)	1. Kualitas
	2. Efisiensi
	3. Penghasilan
	4. Pertumbuhan
	5. Kecelakaan
	6. Motivasi
Religiusitas (X2)	1. Keyakinan
	2. Praktik agama
	3. Penghayatan

	4. Pengetahuan agama
Loyalitas (Y)	1. Minat membeli ulang
	2. Merekomendasikan kepada orang lain
	3. Hanya menggunakan 1 mobile banking
	4. Memberi pertimbangan untuk menggunakan produk bank lain

K. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan fase kritis dalam penelitian atau riset, karena memungkinkan data diberikan signifikansi yang dapat diterapkan untuk memecahkan masalah penelitian (Nasehudin, S, T., & Gozali, 2012). Dalam penelitian ini, *software* SPSS digunakan untuk melakukan analisis data kuantitatif..

Penelitian ini dilakukan beberapa langkah terkait proses analisis data kuantitatif antara lain:

1. Uji Validitas

Validitas sering kali digunakan untuk uji keabsahan data dalam penelitian kuantitatif, derajat konsistensi antara data objek penelitian dengan kekuatan yang dicatat oleh peneliti disebut validitas (Sugiyono, 2011). Dikatakan valid suatu instrumen penelitian apabila (Syofian, 2017) :

- Koefisien korelasi momen produk lebih besar dari atau sama dengan 0,3.
- Koefisien korelasi momen perkalian lebih besar dari atau sama dengan $r_{\text{tabel}} (a;n-2)$ dengan Jumlah sampel dilambangkan dengan huruf n.
- Nilai sig kurang dari a.

Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan skor tiap item

dengan skor total menggunakan rumus korelasi *product moment* (Ayunita *et al.*, 2018). Adapun rumus korelasi *product moment* akan dijabarkan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

r_{xy}	= koefisien korelasi antara variabel X dan Y
N	= jumlah responden
$\sum X$	= jumlah skor butir soal
$\sum Y$	= jumlah skor total soal
$\sum X^2$	= jumlah skor kuadrat butir soal
$\sum Y^2$	= jumlah skor total kuadrat butir soal

2. Uji Reliabilitas

Suatu pengujian direplikasi dua kali atau lebih, istilah reliabilitas digunakan untuk menggambarkan sejauh mana hasil tersebut cukup konsisten. (S Arikunto, n.d.). Skor yang diukur memiliki korelasi tinggi dengan skor aktual, maka data tersebut dikatakan akurat. (J, 2017).

Rumus *Cronbach's Alpha* digunakan dalam analisis ini guna menilai reliabilitas, berikut formula dari rumus *Cronbach's Alpha* (Ayunita *et al.*, 2018):

$$r_{tt} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta_b^2}{\sum \delta_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{tt}	= koefisien reliabilitas instrumen (total tes)
k	= banyaknya butir pertanyaan yang sah

$\Sigma \delta^2 b$ = jumlah varian butir

$\Sigma \delta^2 t$ = varian skor total Perhitungan uji reliabilitas skala diterima, jika hasil perhitungan r hitung $> r$ tabel 5%.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan Jenis analisis yang menjelaskan data yang dikumpulkan baik secara individu maupun kelompok, secara penyajian analisis deskriptif akan dibahas mengenai pengukuran tendensi sentral (Riduwan, 2007). Menurut (Sugiyono, 2011) Statistik deskriptif digunakan untuk menginterpretasikan data dengan menjelaskan atau mendeskripsikan data yang diperoleh dengan tujuan untuk menarik kesimpulan yang luas.

Dalam penelitian kali ini analisis deskriptif digunakan oleh peneliti guna mengubah data mentah menjadi data yang mudah dipahami.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Sebelum melakukan berbagai model penelitian, sebaiknya dilakukan uji normalitas pada kuesioner, karena objek pengujian normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi normal atau tidak pada data variabel yang digunakan (Herlina, 2019). Dalam analisis parametrik, normalitas data merupakan syarat dasar yang harus dipenuhi (Purnomo, A, 2017)

Uji normalitas adalah uji yang dimana sebelum dilakukannya analisis lebih lanjut atau bisa disebut juga sebagai uji mendasar, data yang berdistribusi normal seringkali dijadikan acuan untuk beberapa uji statistik (Arifin, 2017). Dalam penelitian kali ini untuk mendapatkan visual, uji normalitas menggunakan metode P-P Plot atau disebut juga dengan *probability plot*, nilai residual akan berdistribusi normal jika titik-titik data mengikuti garis diagonal, tetapi sebaliknya jika titik data

bergerak menjauh atau tidak mengikuti garis diagonal maka nilai residual tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2011). Sementara itu untuk mendapatkan akurasi nilai dalam uji normalitas peneliti menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka hasilnya berdistribusi normal, jika nilai rata-rata kurang dari 0,05, data biasanya tidak terdistribusi dengan normal (Purnomo, A, 2017).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas dalam model regresi (Gunawan, 2020). Multikolinieritas dapat dilihat melalui nilai *Tolerance*, Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10, maka multikolinieritas tidak terdeteksi, dan sebaliknya ketika nilai *Tolerance* kurang dari 0,10, Multikolinieritas terdeteksi (Trigunawan et al., 2020).

Selain menggunakan nilai *Tolerance*, dapat menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) untuk mengetahui apakah ada masalah multikolinieritas (Purwato, 2007). Menurut Hair, F et al (1998) multikolinieritas tidak terjadi jika nilai VIF masih kurang dari 10, dan sebaliknya jika VIF lebih besar dari 10, terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat ketidaksamaan varians residual dari satu observasi ke observasi berikutnya dalam model regresi, jika data disebut homoskedastisitas jika varians residualnya konstan dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya dan data disebut heteroskedastisitas jika variansnya berbeda dan model regresi yang baik jika tidak terjadi heteroskedastisitas (Santoso, 2019).

Uji *Park*, uji Level *Spearman*, uji *Glejser*, dan uji *Chi-Square*

adalah metode untuk menentukan heteroskedastisitas (Nawari, 2010). Uji heteroskedastisitas juga bisa divisualkan menggunakan *Scatterplot* dan akan digunakan dalam penelitian ini, dengan dasar keputusan data tidak terjadi heteroskedastisitas apabila (Raharjo, 2019):

- titik data yang tersebar di atas atau di bawah angka 0.
- Titik-titik yang tidak berpola atau bergelombang.

Dalam penelitian ini untuk menguji heteroskedastisitas guna mendapatkan akurasi nilai penulis menggunakan uji *glejser*.

Dasar untuk pengujian heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* yaitu (Febry & Teofilus, 2020):

- Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka model regresi tidak menunjukkan adanya tanda heterosdastisitas.
- Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi menunjukkan adanya tanda heterosdastisitas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan metode untuk menentukan apakah dua atau lebih variabel independen (X) berpengaruh besar terhadap variabel dependen (Y) atau tidak, analisis regresi linier berganda menggunakan lebih dari satu variabel (Roza *et al.*, 2020). Adapun rumus yang digunakan dalam model regresi linier berganda adalah (Suyono, 2018):

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

- Y = variabel dependen
- X1 = variabel independen pertama
- X2 = variabel independen kedua
- a, β_1 , dan β_2 = konstanta

6. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji-t digunakan untuk melihat bagaimana variabel independen satu per satu mempengaruhi variabel dependen. (Kurniawan, 2016):

1) H_0 = Efektivitas *BSI Mobile* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

H_1 = Efektivitas *BSI Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

2) H_0 = fitur religious activity *BSI Mobile* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

H_2 = fitur religious activity *BSI Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

Nilai dasar uji t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.
- 2) Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_1 diterima.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah ada koefisien parameter yang bervariasi dari nol pada saat yang sama (secara bersamaan), dengan hipotesis sebagai berikut (Asnawi, K &

Wijaya, 2005):

- 1) H_0 = Efektivitas dan fitur religious activity BSI *Mobile* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.
- 2) Efektivitas dan fitur religious activity BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

Nilai dasar uji F menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.
- 2) Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_3 diterima.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan teknik analisis untuk mengukur besar sumbangan dari variabel penjelas yang disini dimaksudkan untuk variabel independen (X) terhadap variabel respon disini dimaksudkan untuk variabel dependen (Y) (Siagian & Sugiarto, 2000). Dengan nilai interpretasi koefisien korelasi nilai r sebagai berikut (Wulansari, D, 2016).

- 0,800 – 1,000 = sangat kuat
- 0,600 – 0,799 = kuat
- 0,400 – 0,599 = cukup kuat
- 0,200 – 0,399 = rendah
- 0,000 – 1,999 = sangat rendah

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Sejarah Umum Bank Syariah Indonesia

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalamikan peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun.. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global.

2. Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia

a. Visi

Menciptakan bank syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan.

b. Misi

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
2. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
3. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
4. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)
5. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia
6. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

3. Produk-produk Bank Syariah Indonesia

a. Individu

Individu merupakan layanan dari Bank Syariah Indonesia untuk membantu kebutuhan *financial planning*.

- 1) Bisnis
- 2) Haji dan Umroh
- 3) Pembiayaan
- 4) Emas
- 5) Investasi
- 6) Prioritas

- 7) Tabungan
- 8) Transaksi

b. *Digital Banking*

Digital banking merupakan layanan dari Bank Syariah Indonesia untuk memudahkan transaksi nasabah kapanpun dan dimanapun.

- 1) BSI Aisyah
- 2) BSI API Platform
- 3) BSI ATM CRM
- 4) BSI Card
- 5) BSI Cardless Withdrawal
- 6) BSI Merchant Business
- 7) BSI Mobile
- 8) BSI Net
- 9) BSI Payment Point
- 10) BSI QRIS
- 11) BSI Smart Agent
- 12) Buka Rekening Online
- 13) JadiBerkah.id
- 14) Solusi Emas

c. *Kartu*

Kartu merupakan fasilitas dari Bank Syariah Indonesia untuk melengkapi layanan kepada nasabah. Adapun fasilitas kartu dari Bank Syariah Indonesia antara lain:

- 1) BSI Debit GPN
- 2) BSI Debit OTP
- 3) BSI Debit Visa
- 4) BSI Hasanah Card Classic
- 5) BSI Hasanah Card Gold
- 6) BSI Hasanah Card Platinum

- 7) Kartu BSI Debit Sabi
- 8) Kartu Debit BSI SimPel
- 9) Kartu Haji BSI Visa

B. Deskripsi Data Responden

Setiap responden yang memberikan tanggapan mempunyai i karakteristik yang berbeda. Adapun karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nama kampus, jenis kelamin, dan lama menjadi nasabah. Hasil dari pengelompokan responden menurut karakteristiknya adalah sebagai berikut:

1. Nama Kampus

Karakter kampus responden dikelompokkan menjadi enam kategori, yaitu UII, UNY, UGM, UMY, UIN, dan Kampus lainnya:

Tabel 4. 1 Kampus Responden

Nama Kampus	Frekuensi	Persentase
UII	82	41%
UGM	25	12,5%
UNY	21	10,5%
UIN	4	2%
UMY	13	6,5%
Lainnya	55	27,5%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

2. Jenis Kelamin

Pada karakteristik jenis kelamin, responden dibedakan dalam dua kelompok, yaitu laki-laki dan perempuan. Untuk mengetahui proporsi jenis kelamin dari responden yang

digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	77	38,5%
Perempuan	123	61,5%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

3. Lama menjadi nasabah

Pada karakteristik lama responden menjadi nasabah digolongkan menjadi 3 kategori yaitu kurang dari 1-3 bulan, 4-6 bulan, 7-12 bulan, dan lebih dari 1 tahun. Hasil dari pengelompokan responden berdasarkan lama menjadi nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 3 Lama menggunakan BSI Mobile

Lama Menggunakan	Frekuensi	Persentase
1-3 Bulan	23	11,5%
4-6 Bulan	7	3,5%
7-12 Bulan	58	29%
>12 Bulan	112	56%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

4. Statistik Deskriptif

Variabel independen dalam analisis ini adalah efektivitas dan religiusitas nasabah BSI Mobile, serta variabel dependen yaitu loyalitas nasabah. Statistik deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengkarakterisasi data dalam suatu variabel dengan memeriksa nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum dan minimum, serta standar deviasi. Berikut hasil analisis statistik deskriptif yang diolah dengan bantuan SPSS 25.

Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Rata-rata (Mean)	Standar Deviasi (SD)
Efektivitas	200	16	40	33,25	4,194
RReligious Activity	200	6	20	15,95	2,748
Loyalitas Nasabah	200	10	25	19,99	3,459

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.4, variabel efektivitas (X1) dengan ukuran 200 sampel didapatkan nilai minimum sebesar 16, nilai maksimum sebesar 40, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 33,25 dan standar deviasi. nilainya 4,194.

Variabel religious avtivity (X2) dengan ukuran 200 sampel didapatkan nilai minimum sebesar 6, nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 15,95 dan standar deviasi. nilainya 2,748.

Variabel loyalitas nasabah (Y) dengan ukuran 200 sampel didapatkan nilai

minimum sebesar 10, nilai maksimum sebesar 25, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 19,99 dan standar deviasi. nilainya 3,459.

Deskripsi selanjutnya yaitu menentukan kategori skor masing-masing variabel. Dalam penentuan kategori skor penulis menggunakan 3 kategori yang terdiri dari tinggi, sedang, rendah. Pengkategorian dilaksanakan berdasarkan nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dengan rumus sebagai berikut:

- $X < M - 1SD$, untuk kategori rendah.
- $M - 1SD \leq X < M + 1SD$, untuk kategori sedang.
- $M + 1SD \leq X$, untuk kategori tinggi.

Maka untuk perhitungan kategori dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Perhitungan Kategori Variabel

Variabel	Rumus	Kategori
Efektivitas	$X < M - 1SD$ $33,25 - 4,19 = 29,06$ $X < 29$	Rendah
	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$ $29,06 \leq X < 37,44$ $29 \leq X < 37$	Sedang
	$M + 1SD \leq X$ $33,25 + 4,19 = 37,44$ $37 \leq X$	Tinggi

Religious activity	$X < M - 1SD$ $15,95 - 2,748 = 13,20$ $X < 13$	Rendah
	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$ $13,20 \leq X < 18,69$ $13 \leq X < 19$	Sedang
	$M + 1SD \leq X$ $15,95 + 2,748 = 18,69$ $19 \leq X$	Tinggi
Loyalitas Nasabah	$X < M - 1SD$ $19,99 - 3,45 = 16,53$ $X < 17$	Rendah
	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$ $16,53 \leq X < 23,44$ $17 \leq X < 23$	Sedang
	$M + 1SD \leq X$ $19,99 + 3,45 = 23,44$ $23 \leq X$	Tinggi

Sumber: Data primer yang diolah

Melihat perhitungan diatas maka akan diperoleh pengkategorian masing-masing variabel yaitu efektivitas (X1), religious activity (X2), dan kepuasan nasabah (Y). Hasil pengkategorian akan dijelaskan melalui tabel berikut:

Tabel 4. 6 Kategorisasi Efektivitas

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	43	21,5%

Sedang	118	59%
Rendah	39	19,5%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dengan variabel efektivitas, diketahui bahwa kategori rendah berjumlah 39, yang berarti ada 19,5% responden yang memilih kategori rendah, sementara itu kategori sedang berjumlah 118, yang berarti ada 59% responden memilih kategori sedang dan kategori tinggi berjumlah 43, yang berarti ada 21,5% responden yang memilih kategori tinggi.

Tabel 4. 7 Kategorisasi *religious activity*

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	37	18,5%
Sedang	133	66,5%
Rendah	39	15%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dengan variabel religiusitas, diketahui bahwa kategori rendah berjumlah 39, yang berarti ada 15% responden yang memilih kategori rendah, sementara itu kategori sedang berjumlah 133, yang berarti ada 66,5% responden memilih kategori sedang dan kategori tinggi berjumlah 37, yang berarti ada 18,5% responden yang memilih kategori tinggi :

Tabel 4. 8 Kategorisasi Kepuasan Nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	51	25,5%
Sedang	100	50%
Rendah	49	24,5%
Total	200	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dengan variabel loyalitas nasabah, diketahui bahwa kategori rendah berjumlah 49, yang berarti ada 24,5% responden yang memilih kategori rendah, sementara itu kategori sedang berjumlah 100, yang berarti ada 50% responden memilih kategori sedang dan kategori tinggi berjumlah 51, yang berarti ada 25,5% responden yang memilih kategori tinggi.

5. Analisis Data

a. Uji Instrumen

i. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah pernyataan pada sebuah kuesioner *sahih* atau tidak (Bawono, 2006: 68). Pada penelitian ini, validitas diuji dengan melakukan korelasi antara *score* butir pertanyaan dengan total *score*-nya. Signifikan atau tidaknya suatu korelasi dapat dilihat pada kolom atau baris *totalscore*, sebuah korelasi dapat dinyatakan signifikan apabila pada kolom atau baris tersebut masing-masing total butir pernyataan menghasilkan tanda bintang. Dari uji validitas pada setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini, diperoleh hasil dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Uji Validitas

Variabel	Item	Correlations	Keterangan
Efektivitas (X1)	Butir 1	0.758**	Valid
	Butir 2	0.785**	Valid
	Butir 3	0.743**	Valid
	Butir 4	0.611**	Valid
	Butir 5	0.525**	Valid
	Butir 6	0.782**	Valid
	Butir 7	0.584**	Valid
	Butir 8	0.687**	Valid
Religious Activity (X2)	Butir 1	0.870**	Valid
	Butir 2	0.727**	Valid
	Butir 3	0.742**	Valid
	Butir 4	0.823**	Valid
Loyalitas (Y)	Butir 1	0.731**	Valid
	Butir 2	0.706**	Valid
	Butir 3	0.751**	Valid
	Butir 4	0.717**	Valid
	Butir 5	0.701**	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

Bahwa korelasi antara masing-masing score butir pernyataan pada setiap variabel menunjukkan hasil yang signifikan pada level 1% dan 5% untuk dua sisi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya satu dan dua bintang pada masing-masing total score butir pernyataan dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

ii. Uji Reliabilitas

Pada prinsipnya uji reliabilitas yaitu menguji data yang diperoleh sebagai misal hasil dari jawaban kuesioner yang dibagikan. Suatu kuesioner dianggap reliabel apabila jawaban-

jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas adalah teknik *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* $>0,60$ (Bawono, 2006: 68). Adapun hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Uji Reabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Efektivitas	.819	Reliabel
Religious Activity	.800	Reliabel
Loyalitas Nasabah	.784	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$, dengan demikian seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

b. Uji Statistik

A. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan terhadap data penelitian yang bertujuan untuk mengetahui apakah data populasi berdistribusi normal atau tidak. Untuk mendapatkan akurasi nilai uji normalitas, penulis menggunakan metode *Kolmogorof-Smirnof* dengan asumsi jika nilai *Kolmogorof-Smirnof* lebih dari 0,05 maka normalitas terpenuhi, begitupun sebaliknya jika nilai *Kolmogorof-Smirnof* kurang dari 0,05 maka data tidak normal. Berikut hasil uji normalitas dengan metode *Kolmogorof-Smirnof* :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp.Sig. (2-tailed)	0.137

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.11 yang merupakan output dari uji normalitas, dengan melihat nilai *Asymp.Sig.* nilainya lebih besar dari 0,05, maka data berdistribusi normal dan dapat dikatakan bahwa uji asumsi klasik normalitas terpenuhi.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil penelitian dilakukan uji multikolinieritas untuk melihat apakah model regresi memiliki korelasi antara variabel independen atau tidak. Jika terjadi gejala multikolinieritas, maka akan menghasilkan regresi yang kurang bagus. Hal ini karena banyak variabel dapat menghasilkan parameter serupa yang menyebabkan mereka saling berkaitan, sehingga dapat saling mengganggu. Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) dapat digunakan dan dilihat pada uji multikolinieritas. Jika nilai *Tolerance* lebih dari 0,10, multikolinieritas tidak terjadi, sedangkan nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 terjadi multikolinieritas. Sementara itu, jika nilai VIF kurang dari 10 tidak terjadi multikolinieritas dan sebaliknya, ketika VIF lebih dari 10 terjadi multikolinieritas.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinierity Statistics	
	Tolerance	VIF
Efektivitas	0.584	1.713
Religious Activity	0.584	1.713

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.12 yang merupakan kinerja dari hasil uji multikolinearitas, nilai *Tolerance* untuk efektivitas (X1) adalah 0.584 yang berarti nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1.713, yang berarti nilai VIF kurang dari 10, hal ini menunjukkan bahwa datanya tidak multikolinear. Sementara itu untuk variabel religiusitas pengguna BSI *Mobile* (X2) nilai *Tolerance* adalah 0.584 yang berarti nilai *Tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1.713, yang berarti bahwa nilai VIF kurang dari 10, maka data tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan pada data penelitian untuk menentukan apakah varians dari nilai residual identik. Karena model regresi linier tidak efisien dan tidak dapat diandalkan dimana terdapat heteroskedastisitas.

Guna mendapatkan akurasi angka dalam uji heteroskedastisitas maka metode yang digunakan yaitu metode uji *Glajser*. Dengan asumsi data tidak terdapat heteroskedastisitas jika nilai makna signifikan (Sig) lebih besar dari 0,05 antara variabel residual independen.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig
Efektivitas	0.707
Religious Activity	0.607

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.13 nilai signifikansi variabel efektivitas (X_1) sebesar 0.707, hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yang menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah dengan heteroskedastisitas. Sementara itu variabel religious activity (X_2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.607, yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar daripada 0,05, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik uji heteroskedastisitas terpenuhi.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengukur dan mengetahui pengaruh serta arah hubungan antara variabel bebas dari efektivitas dan religiusitas BSI *Mobile* terhadap variabel terikat loyalitas nasabah. Penulis melakukan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25 dan hasil pengolahan data sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
Constant	1.040	1.418
Efektivitas	.408	.055
religious activity	.337	.84

Variabel Dependen: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.14 merupakan output dari hasil analisis regresi linier berganda, maka dilihat dari koefisien B akan dihasilkan sebuah persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1.040 + 0.408 X_1 + 0.337 X_2 + e$$

Mengacu Dari segi persamaan regresi di atas maka dapat

disimpulkan sebagai berikut:

- Koefisien konstanta β_0 bernilai positif menunjukan bahwa apabila terdapat kenaikan nilai variabel efektivitas (X1) dan religious activity BSI *Mobile* (X2), maka loyalitas (Y) meningkat sebesar 1.040.
- Koefisien regresi variabel efektivitas (X1) dilihat dari β_1 menunjukan nilai positif sebesar 0.408. Hal ini menunjukan bahwa dengan meningkatnya variabel efektivitas X1 maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0.408.
- Koefisien regresi variabel religious activity BSI *Mobile* (X2) dilihat dari β_2 menunjukan nilai positif sebesar 0.337. Hal ini menunjukan bahwa dengan meningkatnya variabel religiusitas X2 maka akan meningkatkan variabel Y sebesar 0.337.

C. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t bertujuan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri.

- 1) H_0 = Efektivitas BSI *Mobile* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah mahasiswa Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

H_1 = Efektivitas BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah mahasiswa Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

- 2) H_0 = religious activity BSI *Mobile* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah mahasiswa Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Sleman.

H_2 = religious activity BSI *Mobile* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah mahasiswa Bank Syariah Indonesia di

Kabupaten Sleman.

Nilai dasar uji t menggunakan SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka H_0 tidak ditolak
- 2) Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 maka H_1 dan H_2 tidak ditolak.

Berikut hasil dari uji t disajikan dalam bentuk tabel :

Tabel 4. 15 Hasil Uji t

Model	t	Sig.
Constant	0.733	0.464
Efektivitas	7.418	0.000
religious activity	4.000	0.000

Variabel Dependen: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.15 di atas yaitu kinerja hasil uji t untuk pengaruh variabel efektivitas (X_1) dan religiusitas pengguna BSI Mobile (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Nilai signifikansi (Sig.) dari variabel efektivitas (X_1) adalah 0,000, hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi efektivitas lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$) yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 disetujui. Hasilnya, variabel efektivitas (X_1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).
- Variabel religiusitas pengguna BSI Mobile (X_2) diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi religiusitas pengguna BSI Mobile lebih kecil daripada 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Hasilnya, variabel religious activity BSI Mobile (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

b. Uji F

Uji F digunakan untuk melihat apakah variabel independen efektivitas (X1) dan religious activity BSI Mobile (X2) secara simultan dengan variabel dependen yaitu loyalitas nasabah (Y).

Tabel 4. 16 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
Regression	93,764	,000
Residual		
Total		

Variabel Dependen: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.16 yang merupakan hasil dari uji F diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000 yang berarti nilai signifikansi F lebih kecil dari 0,05 ($\alpha = 5\%$), sehingga variabel bebas yang meliputi efektivitas (X1) dan religious activity BSI Mobile (X2) mempengaruhi variabel terikat yaitu loyalitas (Y) secara simultan maupun bersama-sama.

D. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran kemampuan variabel bebas (X) dalam memprediksi respon variabel terikat (Y) terhadap suatu model regresi. Hasil koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 17 Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square
Regression	.698	.488

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.17, nilai R 0.698 yang menggambarkan hubungan antara efektivitas (X1) dan religious activity BSI Mobile (X2) dengan loyalitas nasabah (Y) tergolong tinggi. Sedangkan nilai R Square adalah 0.488 yang mengimplikasikan bahwa pengaruh efektivitas (X1) dan religious activity (X2) BSI Mobile terhadap loyalitas pelanggan (Y) adalah 48,8%, sedangkan sisanya 51.2% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

a. Pengaruh Efektivitas terhadap Loyalitas Nasabah Mahasiswa Pengguna BSI Mobile di Sleman

Hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig. sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, ini menunjukkan bahwa variabel Efektivitas BSI Mobile mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Ini artinya hipotesis (H_1) tidak ditolak. Dengan demikian, hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Harris dan Harrington menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dapat dicapai oleh perusahaan yang telah memahami kebutuhan pelanggan dan melakukan segala upaya untuk melakukan layanan secara efektif dan efisien. Yang artinya kemudahan penggunaan, kepercayaan serta kualitas layanan atau keefektifan sebuah layanan jelas terkait dengan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan pula dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Hanum, Djamhuri, dan Kamayanti dengan judul “Determinan Efektivitas Sistem E-Banking di Mata Nasabah: Pendekatan Model Kesuksesan Sistem Informasi”

menunjukkan bahwa variabel-variabel seperti kualitas layanan, daya guna dan kepercayaan atas sistem mempengaruhi efektivitas sistem e-banking dengan kepuasan pengguna sebagai indikatornya.

b. Pengaruh Religious Activity terhadap Loyalitas Nasabah Mahasiswa Pengguna BSI Mobile di Sleman

Hasil dari uji t menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, variabel religious activity BSI Mobile mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Ini artinya hipotesis (H_2) tidak ditolak. Hasil ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh (Nurhayati & Sukesti, 2016) tingkat religiusitas sangat berpengaruh sekali terhadap loyalitas sehingga jenis produk-produk dari bank syariah harus dipertahankan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji analisis data, pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini variabel efektivitas BSI Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa efektivitas BSI Mobile berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini variabel religious activity BSI Mobile berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi religiusitas nasabah semakin tinggi pula loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dikemukakan, peneliti menyadari masih banyak kekurangan di dalamnya. Untuk itu, peneliti memberikan beberapa saran untuk bahan pertimbangan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya yang terkait dengan penelitian serupa antara lain:

1. Bagi Perbankan Syariah

Berdasarkan hasil penelitian ini, sebaiknya Bank Syariah Indonesia meningkatkan BSI Mobile, sehingga minat nasabah untuk menggunakan BSI Mobile semakin meningkat. Selanjutnya, pihak Bank Syariah Indonesia mempertahankan atau meningkatkan

falisiltas, produk, dan pelayanan serta sisi religiusitasnya agar loyalitas nasabah semakin meningkat.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Perlunya mencari variabel-variabel lain yang lebih sesuai dan secara teoritis bisa meramalkan loyalitas nasabah. Peneliti menyarankan sebaiknya variabel yang digunakan dalam penelitian dapat ditambah dengan variabel lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti kualitas komunikasi, kepercayaan, kepuasan nasabah dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. PT. Elex Media Komputindo.
- Arikunto, S. (n.d.). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. PT. Rineka Cipta.
- Asnawi, K, S., & Wijaya, C. (2005). *RISET KEUANGAN: Pengujian-Pengujian Empiris*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ayunita, D., Nurmala, N., & Diponegoro, U. (2018). *Modul Uji Validitas dan Reliabilitas. October*.
- Bakry. (2016). *Pedoman Penulisan Skripsi Hubungan Internasional*. Deepublish.
- Ekonomi, F., & Indonesia, U. I. (2018). *ASURANSI KONVENSIONAL DAN ASURANSI SYARIAH DENGAN PENDEKATAN DEA (Data Envelopment Analysis) Tahun 2014 dan 2015 ASURANSI KONVENSIONAL DAN ASURANSI SYARIAH DENGAN PENDEKATAN DEA (Data Envelopment Analysis) Tahun 2014 dan 2015*.
- Fadlan, A., & Dewantara, R. Y. (2018). Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Persepsi Kegunaan Terhadap Penggunaan Mobile Banking (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Mobile Banking Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Febry, T., & Teofilus. (2020). *SPSS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*. CV. Media Sains Indonesia.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Badan

Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan. (2020). *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian New Edition*. CV. Budi Utama.

Hair, F. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle River.

Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengelola Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.

Hidayat. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Helath Books Publishing.

Irawati, R. (2011). *Fungsi dan peranan Dewan pengawas Syariah di Unit Usaha Syariah T. Bank "X" Dikaitkan dengan Pelaksanaan Good Corporate Governance*.

Ismayani, A. (2020). *Metodologi Penelitian*. Syiah Kuala University Press.

J, A. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Kelompok Gramedia.

Juditha, C. (2017). Tingkat Literasi Teknologi informasi Komunikasi pada Masyarakat Kota Makassar. *Jurnal Penelitian Komunikasi*.
<https://doi.org/10.20422/jpk.v14i1.167>

Kurniawan. (2016). *Analisis Regresi Dasar dan Penerapannya dengan R*. KENCANA.

Machmud, Dr. Amir, dan H. Rukmana, S.E., M. S. (2011). *Bank Syariah – Teori, Kebijakan dan Strudi Empiris di Indonesia*. Penerbit Erlangga.

Mamik. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Publishing.

Metawa, S. A., & Almossawi, M. (1998). Banking behavior of Islamic bank customers: Perspectives and implications. *International Journal of Bank Marketing*, 16(7),

299–313. <https://doi.org/10.1108/02652329810246028>

Muri, Y. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Kencana.

Nasehudin, S, T., & Gozali, N. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Pustaka Setia.

Nawari. (2010). *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. PT. PT. Elex Media Komputindo.

Nurhayati, N., & Sukesti, F. (2016). PENINGKATAN LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MELALUI PENINGKATAN KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH DENGAN VARIABEL RELIGIUSITAS SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi pada Bank Syariah di Kota Semarang). *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 7(2), 141–153. <https://doi.org/10.21580/economica.2016.7.2.1158>

Parera, J. (2004). *Teori Semantik (Dua)*. Erlangga.

Purnomo, A, R. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS Edisi 2*. CV. Wade Group.

Purwato, A. (2007). *Panduan Laboratorium Statistik Inferensial*. Grasindo.

Raharjo, S. (2019). *Panduan Uji Heteroskedastisitas dengan Gambar Scatterplots SPSS*. SPSS Indonesia.

Riduwan, & A. (2007). *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika untuk Penelitian (Administrasi Pendidikan-Bisnis-Pemerintahan_Sosial-Kebijakan-Ekonomi-Hukum-Manajemen-Kesehata*. Alfabeta.

Ridwansyah. (2013). *Mengenal Istilah-Istilah dalam Perbankan Syariah*. CV.

Anugrah Utama Raharja.

Riswandi, B. A. (2005). *Aspek hukum internet banking*. Raja Grafindo Persada.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=556063>

Riyanto, W, H., & Mohyi, A. (2020). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. UMM Press.

Robbin, P, S., & Judge, A, T. (2008). *Perilaku Organisasi* (12 (ed.)). Salemba Empat.

Roza, R., Fauzan, N, M., & Rahayu, I, W. (2020). *Tutorial Sistem Informasi Prediksi Jumlah Pelanggan Menggunakan Metode Regresi Linier Bergana Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter*. Kreatif Industri Nusantara.

Santoso, S. (2019). *Mahir Statistika Parametrik: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo.

Sari, N. (2016). MANAJEMEN DANA BANK SYARIAH. *Al-Maslahah Jurnal Ilmu Syariah*. <https://doi.org/10.24260/almaslahah.v12i1.341>

Siagian, D., & Sugiarto. (2000). *Metode Statistika: Untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Siswoyo, D. (2007). *Ilmu Pendidikan*. UNY Press.

Siyoto & S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.

Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing.

Sofian, S. (2017). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara.

Sugiyono. (2011). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif DAN R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode dan Prosedur Penelitian*. *E-Journal*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suhardiyo. (2001). *Pendidikan Religiusitas*. Kanisius.
- Supranto, J. (2000). *Teknik Sampling Untuk Survei dan Eksperimen*. PT. Rineka Cipta.
- Supriyono, M. (2011). *Buku Pintar Perbankan*. PT. Raja Grafindo Persada.
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=170313>
- Suwarno, B. (2005). *Pengantar Aplikasi Statistika dalam Penelitian Pendidikan*. PPs Universitas Pendidikan Indonesia.
- Suyono. (2018). *ANALISIS REGRESI untuk Penelitian*. Deepublish.
- Tarjo. (2019). *Metode Penelitian*. CV. Budi Utama.
- Trigunawan, A., Rahayu, I, W., & Andarsyah, R. (2020). *Regresi Linier Untuk Prediksi Jumlah Penjualan Terhadap Jumlah Permintaan*.
- Umar. (2003). *Metode Riset Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Wulansari, D, A. (2016). *Aplikasi Statistika Parametrik dalam Penelitian*. Pustaka Felicha.

LAMPIRAN

A. Lampiran Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Wr. Wb

Perkenalkan saya Dara Laela Yuhana Nifa mahasiswa Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia angkatan 2017, sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir. Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan guna penyusunan skripsi di Universitas Islam Indonesia maka dengan kerendahan hati Saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini hanya untuk mengetahui loyalitas nasabah. Saya sangat menghargai kejujuran Saudara/I dalam mengisi kuisisioner ini. Saya menjamin kerahasiaan data Saudara/I dalam pengisian kuisisioner ini. Hasil penelitian semata-mata hanya akan digunakan untuk tujuan penelitian bukan untuk komersial.

Bantuan serta partisipasi Saudara/I sangat berarti untuk saya dan semoga bermanfaat untuk menambah wawasan kita semua serta semoga menjadi amal kebaikan dan diterima Allah SWT. Atas kerjasama dan kesediaannya saya mengucapkan terimakasih.

Kriteria Responden:

- Mahasiswa berdomisili di Sleman
- Beragama Islam
- Menggunakan *BSI Mobile* di masa pandemi Covid-19

PERTANYAAN

1. **Nama :**
2. **Nama kampus :**
3. **Sudah menggunakan *BSI Mobile*? (Sudah/Belum)**
4. **Sejak kapan menggunakan *BSI Mobile*?**
5. **No HP *untuk reward :**

No.	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Efektivitas (X1)	2. Kualitas	- Apakah BSI <i>Mobile</i> mempunyai kualitas layanan yang baik?
		2. Efisiensi	- Apakah BSI <i>Mobile</i> sangat mudah untuk dioperasikan di masa pandemi? - Apakah BSI <i>Mobile</i> menghemat waktu dalam pengoperasian kegiatan perbankan di masa pandemic?
		3. Penghasilan	- Apakah BSI <i>Mobile</i> memangkas pengeluaran biaya anda di masa pademi karena tidak perlu ke outlet bank? - Apakah BSI <i>Mobile</i> menjadi sarana anda mendapatkan penghasilan tambahan (misal program beasiswa, cashback, dll)?
		4. Pertumbuhan	- Apakah perkembangan BSI <i>Mobile</i> memudahkan anda dalam bertransaksi di masa pandemi?
		5. Kecelakaan	- Apakah error yang disebabkan oleh BSI <i>Mobile</i> membuat anda tidak puas dalam pengalaman bertransaksi menggunakan <i>Mobile</i> banking?
		6. Motivasi	- Apakah fitur yang ada pada BSI <i>Mobile</i> memotivasi anda untuk menggunakan <i>Mobile</i> banking di masa pademi?
2.	Religiusitas (X2)	5. Keyakinan	- Apakah keyakinan saudara terhadap agama islam membuat anda menggunakan layanan BSI <i>Mobile</i> ?

		6. Praktik Agama	- Apakah dengan BSI <i>Mobile</i> membuat anda yakin sudah menjalankan akad-akad dalam transaksi perbankan syariah?
		7. Penghayatan	- Apakah BSI <i>Mobile</i> membuat anda lebih menghayati agama dengan adanya fitur islami seperti pengingat sholat, ziswaf, dan al-quran?
		8. Pengetahuan Agama	- Apakah pengetahuan agama membuat anda mengadopsi layanan BSI <i>Mobile</i> ? (misalkan pengetahuan tentang riba)
3.	Loyalitas nasabah (Y)	5. Melakukan pembelian secara teratur	- Apakah anda akan menggunakan layanan <i>Mobile</i> banking secara teratur di masa pandemi?
		6. Melakukan rekomendasi kepada orang lain	- Apakah anda akan memberikan penilaian yang baik kepada orang lain terkait BSI <i>Mobile</i> ? - Apakah anda akan merekomendasikan aplikasi BSI <i>Mobile</i> kepada orang lain di masa pandemi?
		7. Hanya menggunakan layanan tersebut.	- Apakah anda hanya menggunakan 1 aplikasi <i>Mobile</i> banking yaitu BSI <i>Mobile</i> di masa pandemi?
		8. Selalu melakukan pertimbangan khusus untuk menikmati layanan bank lain.	- Apakah anda tidak tertarik menggunakan layanan <i>Mobile</i> banking dari bank lain di masa pandemi?

B. Tabulasi Jawaban Responden

X1									Total	X2					Total	Y					Total
Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8			Q1	Q2	Q3	Q4			Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	
5	4	4	5	4	5	5	5	37		5	5	4	5	19		5	5	4	4	5	23
4	4	4	4	4	4	4	4	32		5	4	4	4	17		4	4	4	5	5	22
4	5	5	5	5	5	5	5	39		5	3	3	5	16		5	4	5	5	3	22
5	5	5	5	3	5	3	5	36		5	4	4	4	17		4	4	5	5	4	22
4	4	5	4	4	5	4	4	34		5	4	4	4	17		5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	3	5	4	4	36		4	4	5	4	17		4	5	5	3	3	20
3	4	5	4	5	5	5	3	34		5	3	4	3	15		5	4	3	4	4	20
5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	5	5	5	20		5	5	5	3	3	21
4	4	4	4	5	5	4	5	35		5	3	5	5	18		5	4	4	4	4	21
5	5	4	3	5	4	3	4	33		3	5	5	5	18		5	3	3	4	5	20
5	5	4	5	4	5	4	4	36		4	4	3	4	15		5	4	4	4	4	21
4	4	5	5	4	4	4	4	34		3	4	4	3	14		4	4	4	5	3	20
4	5	5	4	5	5	5	4	37		5	4	5	5	19		5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40		4	4	4	4	16		5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	5	5	4	5	37		4	4	4	4	16		4	4	5	4	4	21
5	4	4	3	5	4	3	4	32		3	5	3	5	16		5	3	3	4	4	19
4	4	5	2	4	4	5	4	32		3	5	3	4	15		5	5	3	4	5	22
5	4	5	4	5	5	4	5	37		4	3	5	5	17		5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	5	5	5	4	35		4	4	4	4	16		5	5	5	4	4	23
5	5	5	5	5	4	4	4	37		5	5	5	5	20		5	4	5	5	5	24
4	5	5	3	2	4	5	4	32		5	5	3	5	18		4	5	5	1	1	16
5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	5	5	5	20		5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	2	4	4	5	30		4	4	3	4	15		5	4	4	3	2	18
4	5	4	5	1	5	3	4	31		3	4	1	2	10		4	4	4	2	2	16
3	2	4	4	2	4	3	4	26		5	4	3	4	16		4	3	3	1	4	15
3	3	4	3	3	4	4	3	27		5	4	4	4	17		3	4	4	4	4	19
4	5	4	4	4	5	4	5	35		4	4	5	4	17		4	5	5	3	3	20
4	4	4	3	3	3	3	3	27		4	4	4	4	16		4	4	4	1	2	15
5	4	5	5	4	5	5	5	38		5	4	5	5	19		5	5	5	1	1	17
5	4	5	5	5	4	4	5	37		5	4	5	4	18		3	4	5	3	4	19
5	5	5	1	3	5	3	5	32		5	5	5	3	18		5	4	5	5	3	22
5	4	4	5	3	4	5	4	34		2	3	4	4	13		3	4	4	2	3	16
5	5	4	4	5	4	4	4	35		4	5	4	4	17		5	4	3	4	3	19
5	4	5	5	4	5	4	5	37		3	4	2	5	14		5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	3	4	4	30		4	4	4	4	16		3	4	5	5	4	21
4	5	5	5	4	5	4	4	36		4	4	5	5	18		4	4	5	4	5	22
5	5	5	5	5	5	5	5	40		5	5	5	5	20		5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	3	4	4	4	32		4	4	5	4	17		3	4	4	2	2	15
4	5	5	5	3	5	4	5	36		5	5	5	5	20		4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	4	5	1	5	35		5	5	5	5	20		4	5	5	3	1	18
3	3	3	3	3	3	3	3	24		4	3	4	3	14		3	3	3	4	3	16

4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	5	5	4	18	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	4	3	4	30	3	3	3	4	13	4	4	4	1	2	15
5	4	5	5	5	4	4	5	37	5	4	5	4	18	3	4	5	3	4	19
2	2	2	2	2	2	2	2	16	2	3	3	2	10	2	2	2	2	2	10
3	4	5	4	2	3	4	3	28	4	3	4	5	16	5	4	5	3	4	21
5	5	5	4	2	4	4	5	34	4	3	4	3	14	5	5	4	1	1	16
4	4	5	4	3	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21
5	4	5	3	3	4	4	3	31	4	3	4	4	15	3	4	3	5	3	18
4	4	5	5	3	3	5	3	32	3	3	4	4	14	3	4	3	3	4	17
4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	16	4	4	4	5	3	20
5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	1	3	5	3	5	32	4	4	4	4	16	4	4	4	1	3	16
4	3	3	3	1	4	5	4	27	4	4	2	3	13	4	3	4	2	4	17
5	5	5	4	4	5	2	5	35	3	4	5	5	17	5	5	5	5	2	22
4	5	5	5	5	5	5	5	39	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	2	4	3	5	29	4	3	3	3	13	3	3	4	4	3	17
4	4	3	3	3	3	3	4	27	3	3	3	3	12	3	3	3	4	3	16
4	5	4	4	3	4	3	4	31	3	3	3	3	12	3	4	3	2	3	15
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	3	5	3	5	35	4	4	5	5	18	5	5	5	5	2	22
3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	3	4	3	14	3	3	3	4	3	16
4	5	5	4	3	5	3	5	34	4	4	4	4	16	4	4	5	4	3	20
4	4	4	4	3	4	3	4	30	4	4	3	4	15	4	3	4	4	5	20
4	5	5	5	3	5	4	5	36	5	4	4	4	17	5	4	5	3	3	20
4	4	4	3	2	4	4	4	29	4	4	4	4	16	3	4	5	1	1	14
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
4	5	4	5	3	5	3	4	33	4	4	4	5	17	5	4	4	3	3	19
4	5	5	2	3	5	4	4	32	2	2	5	5	14	2	5	5	2	2	16
5	5	5	5	3	5	2	4	34	4	4	4	5	17	4	3	3	2	2	14
4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
3	3	5	4	4	4	5	4	32	3	4	4	3	14	4	3	3	3	2	15
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	1	5	5	5	36	5	4	3	5	17	5	5	5	4	4	23
5	4	5	4	3	4	4	3	32	4	3	4	5	16	4	3	5	4	5	21
5	5	5	4	4	5	4	5	37	5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	23
3	4	3	2	3	4	5	5	29	1	3	1	1	6	3	2	2	4	1	12
4	4	4	4	4	4	4	3	32	5	3	3	4	15	4	5	5	5	3	22
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3	4	4	3	14	4	3	4	4	4	19
4	5	5	5	4	5	4	4	36	3	3	4	4	14	4	3	5	4	4	20
5	4	5	3	2	5	3	5	32	2	4	4	2	12	4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	5	4	5	4	35	5	5	5	4	19	3	5	4	2	2	16
3	4	5	4	2	5	2	4	29	3	3	2	2	10	3	3	4	3	3	16
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	2	2	19

4	4	4	4	3	5	4	5	33	3	4	5	4	16	5	4	5	1	3	18
3	3	4	4	2	4	2	4	26	2	3	2	2	9	3	3	2	1	5	14
4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	3	5	16	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	5	3	5	35	4	3	4	3	14	5	5	5	5	3	23
5	3	4	5	3	3	3	3	29	4	4	4	4	16	4	3	3	4	4	18
5	5	5	4	5	4	4	4	36	3	5	3	4	15	5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	3	5	3	5	36	2	3	5	1	11	5	5	5	1	5	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	3	5	4	4	34	4	5	3	3	15	3	4	4	1	2	14
4	4	5	5	4	4	4	4	34	3	4	4	5	16	5	4	4	2	4	19
4	4	5	3	4	5	5	5	35	5	5	5	5	20	4	4	5	4	3	20
3	3	4	5	4	4	4	5	32	4	3	3	5	15	4	5	4	4	5	22
3	4	3	3	5	3	5	4	30	4	4	4	4	16	3	4	3	5	3	18
4	4	5	5	5	5	4	5	37	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
5	5	5	3	5	5	3	5	36	5	5	4	3	17	5	5	5	5	3	23
4	4	5	5	4	5	4	4	35	3	3	4	5	15	4	4	3	3	3	17
4	3	4	3	4	3	3	4	28	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	24
5	5	5	4	5	5	3	5	37	4	4	3	5	16	5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	4	5	3	5	4	3	3	31	3	4	5	3	15	4	4	4	4	2	18
3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	3	4	15	3	3	3	2	2	13
4	4	3	5	4	3	4	4	31	4	3	4	4	15	4	3	4	3	2	16
3	4	3	3	3	3	3	3	25	3	3	3	3	12	3	3	3	4	5	18
4	4	5	3	3	4	4	4	31	5	5	5	5	20	4	3	4	5	5	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	5	4	4	4	32	3	3	4	4	14	4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	4	3	4	29	3	4	3	4	14	4	4	4	2	2	16
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	12	3	3	3	4	5	18
4	4	4	4	2	4	3	4	29	4	3	3	3	13	4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	5	4	3	35	4	4	5	5	18	4	4	3	4	4	19
4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	21
4	4	5	5	3	5	3	5	34	5	4	5	3	17	5	5	5	1	1	17
5	5	5	4	4	5	4	5	37	5	5	5	5	20	5	5	5	3	3	21
5	5	5	4	3	5	5	5	37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	3	5	4	5	37	5	5	4	5	19	5	5	5	3	3	21
5	5	5	3	3	5	4	5	35	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	3	4	4	5	34	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	4	5	4	37	5	5	5	4	19	4	5	4	5	5	23
5	5	4	5	4	5	5	5	38	5	5	4	4	18	4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	4	5	3	5	37	4	4	4	5	17	5	5	5	5	4	24
4	5	5	4	4	5	5	4	36	5	4	3	4	16	4	5	5	5	5	24
5	5	4	4	4	5	5	5	37	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25

5	4	4	5	4	5	4	5	36	4	5	5	4	18	4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	3	5	5	4	37	5	5	3	4	17	5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	4	4	5	4	36	5	5	4	5	19	5	4	4	5	4	22
4	5	5	5	4	5	4	5	37	5	5	3	5	18	5	4	5	4	4	22
4	4	5	5	4	5	5	4	36	5	5	3	5	18	5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	5	5	5	37	4	4	5	4	17	5	5	4	4	5	23
5	4	5	4	4	5	5	5	37	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	4	4	5	4	35	5	4	4	4	17	5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	5	3	4	17	4	5	5	4	5	23
4	5	4	4	5	4	5	5	36	4	4	4	5	17	4	5	4	5	5	23
4	5	4	4	4	5	4	5	35	4	4	4	4	16	5	5	3	5	4	22
5	4	5	5	4	5	5	5	38	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	4	4	5	36	4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	4	4	5	35	4	5	3	4	16	4	5	4	4	5	22
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	3	17	5	5	4	3	4	21
3	3	3	3	3	3	3	3	24	2	2	2	2	8	4	2	3	1	2	12
3	3	3	4	4	3	4	4	28	3	5	5	5	18	5	5	5	5	3	23
3	4	5	4	2	4	5	4	31	4	4	2	4	14	4	3	4	1	5	17
4	4	4	5	4	4	5	5	35	3	5	4	5	17	4	3	3	4	3	17
3	4	3	4	4	3	3	4	28	4	3	4	4	15	4	3	4	4	4	19
2	3	5	4	4	4	5	2	29	4	4	4	4	16	2	2	2	1	4	11
4	4	4	4	4	4	3	4	31	3	4	4	4	15	3	4	4	2	4	17
5	5	4	5	5	5	2	5	36	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	24
4	4	3	4	4	3	4	4	30	4	3	4	4	15	4	4	4	3	3	18
3	4	3	3	3	5	3	3	27	3	3	4	3	13	5	4	4	3	5	21
3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	3	16	4	4	4	3	4	19
4	5	5	4	4	5	2	5	34	3	3	3	3	12	4	5	4	4	4	21
3	4	3	4	4	4	4	3	29	4	3	4	4	15	5	5	5	3	2	20
4	4	4	4	3	5	3	4	31	3	3	3	4	13	5	5	5	5	3	23
4	5	5	5	3	5	4	5	36	4	4	3	3	14	4	2	3	2	2	13
4	4	5	4	4	4	4	4	33	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	5	4	4	3	31	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	19
4	4	3	4	3	4	4	3	29	4	4	3	4	15	3	3	4	4	3	17
5	4	4	5	4	4	5	4	35	4	4	4	3	15	5	4	4	5	4	22
4	4	3	3	3	4	3	3	27	3	4	4	4	15	3	5	3	4	4	19
4	4	4	3	4	3	3	4	29	3	4	4	4	15	4	3	3	4	5	19
4	4	4	5	5	5	3	5	35	4	4	4	4	16	4	5	5	5	3	22
5	5	4	4	4	4	3	4	33	4	5	4	4	17	4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	5	5	3	5	34	4	3	5	4	16	5	5	4	5	3	22
5	4	4	5	5	4	4	4	35	4	5	4	4	17	4	4	5	4	3	20
5	4	5	4	4	5	3	4	34	5	4	4	4	17	5	4	4	4	3	20
4	5	5	4	4	4	3	4	33	5	4	4	4	17	5	5	4	5	3	22

4	4	4	4	4	4	3	5	32	4	4	4	4	16	5	5	4	4	3	21
4	4	4	4	5	4	3	4	32	5	4	3	4	16	4	5	4	4	3	20
5	5	5	5	2	4	4	5	35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	1	5	5	5	36	5	4	3	5	17	5	5	5	4	4	23
5	4	5	4	3	4	4	3	32	4	3	4	5	16	4	3	5	4	5	21
5	5	5	4	4	5	4	5	37	5	5	4	5	19	5	4	5	5	4	23
3	4	3	2	3	4	5	5	29	1	3	1	1	6	3	2	2	4	1	12
4	4	4	4	4	4	3	5	32	5	3	3	4	15	4	5	5	5	3	22
4	3	4	4	4	4	4	4	31	3	4	4	3	14	4	3	4	4	4	19
4	5	5	5	4	5	4	4	36	3	3	4	4	14	4	3	5	4	4	20
5	4	5	3	2	5	3	5	32	2	4	4	2	12	4	4	4	5	4	21
5	4	4	4	5	4	5	4	35	5	5	5	4	19	3	5	4	2	2	16
3	4	5	4	2	5	2	4	29	3	3	2	2	10	3	3	4	3	3	16
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	2	2	19
4	4	4	4	3	5	4	5	33	3	4	5	4	16	5	4	5	1	3	18
3	3	4	4	2	4	2	4	26	2	3	2	2	9	3	3	2	1	5	14
4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	3	5	16	4	4	5	4	4	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	2	5	3	5	35	4	3	4	3	14	5	5	5	5	3	23
5	3	4	5	3	3	3	3	29	4	4	4	4	16	4	3	3	4	4	18
5	5	5	4	5	4	4	4	36	3	5	3	4	15	5	5	4	4	4	22
5	5	5	5	3	5	3	5	36	2	3	5	1	11	5	5	5	1	5	21
5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	3	5	5	18	5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	3	5	4	4	34	4	5	3	3	15	3	4	4	1	2	14
4	4	5	5	4	4	4	4	34	3	4	4	5	16	5	4	4	2	4	19
4	4	5	3	4	5	5	5	35	5	5	5	5	20	4	4	5	4	3	20
5	5	5	5	2	5	3	5	35	4	3	4	3	14	5	5	5	5	3	23



C. Lampiran Output SPSS

1. Uji validitas

		Correlations								
		Q1X1	Q2X1	Q3X1	Q4X1	Q5X1	Q6X1	Q7X1	Q8X1	total_x1
Q1X1	Pearson Correlation	1	.713**	.627**	.452**	.236	.557**	.229	.451**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.099	.000	.110	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q2X1	Pearson Correlation	.713**	1	.599**	.323*	.242	.715**	.300*	.565**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.022	.091	.000	.034	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q3X1	Pearson Correlation	.627**	.599**	1	.427**	.171	.812**	.178	.407**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.235	.000	.217	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q4X1	Pearson Correlation	.452**	.323*	.427**	1	.166	.410**	.215	.279*	.611**
	Sig. (2-tailed)	.001	.022	.002		.249	.003	.134	.049	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q5X1	Pearson Correlation	.236	.242	.171	.166	1	.100	.478**	.158	.525**
	Sig. (2-tailed)	.099	.091	.235	.249		.491	.000	.273	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q6X1	Pearson Correlation	.557**	.715**	.812**	.410**	.100	1	.234	.660**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.491		.101	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q7X1	Pearson Correlation	.229	.300*	.178	.215	.478**	.234	1	.382**	.584**

	Sig. (2-tailed)	.110	.034	.217	.134	.000	.101		.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Q8X1	Pearson Correlation	.451**	.565**	.407**	.279*	.158	.660**	.382**	1	.687**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003	.049	.273	.000	.006		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
total_x1	Pearson Correlation	.758**	.785**	.743**	.611**	.525**	.782**	.584**	.687**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

Correlations

		Q1X2	Q2X2	Q3X2	Q4X2	total_x2
Q1X2	Pearson Correlation	1	.614**	.454**	.671**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Q2X2	Pearson Correlation	.614**	1	.416**	.368**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.008	.000
	N	50	50	50	50	50
Q3X2	Pearson Correlation	.454**	.416**	1	.485**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.001	.003		.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Q4X2	Pearson Correlation	.671**	.368**	.485**	1	.823**

	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000
	N	50	50	50	50	50
total_x2	Pearson Correlation	.870**	.727**	.742**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

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

Correlations

		Q1Y	Q2Y	Q3Y	Q4Y	Q5Y	total_y
Q1Y	Pearson Correlation	1	.537**	.601**	.332*	.360*	.731**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.018	.010	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q2Y	Pearson Correlation	.537**	1	.702**	.256	.257	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.073	.071	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q3Y	Pearson Correlation	.601**	.702**	1	.314*	.282*	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.026	.047	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q4Y	Pearson Correlation	.332*	.256	.314*	1	.454**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.018	.073	.026		.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50
Q5Y	Pearson Correlation	.360*	.257	.282*	.454**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.010	.071	.047	.001		.000

	N	50	50	50	50	50	50
total_y	Pearson Correlation	.731**	.706**	.751**	.717**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50

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

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

2. Uji reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.819	8

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.800	4

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.748	5

3. Statistik Deskriptif Responden

		kampus			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UII	82	41.0	41.0	41.0
	UGM	25	12.5	12.5	53.5
	UNY	21	10.5	10.5	64.0
	UIN	4	2.0	2.0	66.0
	UMY	13	6.5	6.5	72.5
	Lainnya	55	27.5	27.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		jenis_kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	77	38.5	38.5	38.5
	Perempuan	123	61.5	61.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

lama_menggunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 bulan	23	11.5	11.5	11.5
	3-6 bulan	7	3.5	3.5	15.0
	6-12 bulan	58	29.0	29.0	44.0
	>1 tahun	112	56.0	56.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

Statistics

		Total_X1	Total_X2	Total_Y
N	Valid	200	200	200
	Missing	0	0	0
Mean		1.9800	1.9650	1.9900
Median		2.0000	2.0000	2.0000
Std. Deviation		.64161	.57918	.70881
Minimum		1.00	1.00	1.00
Maximum		3.00	3.00	3.00

		Total_X1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tinggi	43	21.5	21.5	21.5
	sedang	118	59.0	59.0	80.5
	rendah	39	19.5	19.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		Total_X2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tinggi	37	18.5	18.5	18.5
	sedang	133	66.5	66.5	85.0
	rendah	30	15.0	15.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

		Total_Y			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	tinggi	51	25.5	25.5	25.5
	sedang	100	50.0	50.0	75.5
	rendah	49	24.5	24.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

4. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.47634783
Most Extreme Differences	Absolute		.081
	Positive		.053
	Negative		-.081
Test Statistic			.081
Asymp. Sig. (2-tailed)			.003 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.137 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.128
		Upper Bound	.146

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

5. Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.040	1.418		.733	.464		
	Total_X1	.408	.055	.495	7.418	.000	.584	1.713
	Total_X2	.337	.084	.268	4.008	.000	.584	1.713

a. Dependent Variable: Total_Y

6. Heteroskondensitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.065	.885		1.203	.230		
	Total_X1	.013	.034	.035	.376	.707	.584	1.713
	Total_X2	.027	.052	.048	.515	.607	.584	1.713

a. Dependent Variable: Abs_RES

7. Regresi Linear berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.040	1.418		.733	.464		
	Total_X1	.408	.055	.495	7.418	.000	.584	1.713
	Total_X2	.337	.084	.268	4.008	.000	.584	1.713

a. Dependent Variable: Total_Y

8. Uji t

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	1.040	1.418		.733	.464	
	Total_X1	.408	.055	.495	7.418	.000	.584 1.713
	Total_X2	.337	.084	.268	4.008	.000	.584 1.713

a. Dependent Variable: Total_Y

9. Uji f

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1161.653	2	580.826	93.764	.000 ^b
	Residual	1220.327	197	6.195		
	Total	2381.980	199			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

10. Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.488	.482	2.489

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Ngawi pada tanggal 03 Juni 1998 sebagai anak ke pertama dari 2 bersaudara. Saat ini bertempat tinggal di Kabupaten Magetan Provinsi Jawa Timur. HP (0895341304395). Alamat E-mail laeladara@gmail.com. Pendidikan SD ditempuh di SDN Jururejo 2 lulus pada tahun 2011, Pendidikan SMP ditempuh di SMPN 1 Ngawi lulus pada tahun 2014, Pendidikan SMA di SMAN 2 Magetan lulus pada tahun 2017. Pendidikan selanjutnya pada tahun 2017 penulis diterima di program studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Selama di bangku perkuliahan, penulis aktif menjadi anggota organisasi Forum Kajian Ekonomi Islam (FKEI) bidang Minat dan Bakat. Selain aktif dalam kegiatan kampus, penulis juga aktif kegiatan di luar kampus dengan menjadi panitia beberapa event dan juga bekerja freelance.

Data Responden

