

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-BANKING* DAN *TRANSACTION SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGGUNAAN APLIKASI *BRI-Mobile*  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Di Desa Tembung kecamatan Percut  
Sei Tuan)**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**NATASYA RAHMA SARI  
208320076**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 3/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)3/12/24

**PENGARUH PENGGUNAAN *E-BANKING* DAN *TRANSACTION SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGGUNAAN APLIKASI *BRI-Mobile*  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Di Desa Tembung)**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Medan Area

**OLEH:**

**NATASYA RAHMA SARI  
208320076**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 3/12/24

Access From (repository.uma.ac.id)3/12/24

### HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *E-Banking* dan *Transaction Security* terhadap *Customer Loyalty* pada Penggunaan Aplikasi BRI-mobile (Studi Kasus Pada Masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan)

Nama : Natasya Rahma Sari

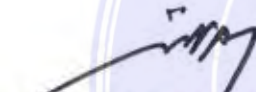
Npm : 208320076

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis/ Manajemen


Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding

  
(Ahmad Rafiki, BBA, M.Mgt, Ph.D)

Pembimbing

  
(Dr. Nur Aisyah, S.E, M.M)

Pembanding

Mengetahui

  
(Ahmad Rafiki, BBA, M.Mgt, Ph.D)

  
(Fitriani Tobing, SE, M.Si)

Ka.Prodi Manajemen

Tanggal Lulus: 2 Oktober 2024

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian- bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 2 Oktober 2024

Yang menyatakan



Natasya Rahma Sari

**NPM: 208320076**



## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKIRPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Natasya Rahma Sari  
NPM : 208320076  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui skripsi untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalti-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul "Pengaruh Penggunaan *E-Banking* dan *Transaction Security* terhadap *Customer Loyalty* pada Penggunaan Aplikasi *BRI-Mobile* (Studi Kasus Pada Masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan)". Dengan Hak Bebas Royalti formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : 2 Oktober 2024  
Yang Menyatakan



**Natasya Rahma Sari**

**NPM: 208320076**

## RIWAYAT HIDUP



Nama	Natasya rahma sari
Npm	208320076
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 18 februari 2002
Nama Orang Tua:	
Ayah	Abdul Rahman
Ibu	Juliati
Riwayat Pendidikan:	
SMP	Smp Islam Al-Ulum Terpadu
SMA	Smk Kesehatan Haji
Riwayat Studi Di UMA	Magang di Sekretariat DPRD Provinsi Sumatera Utara
No. HP/WA	082174055589
Email	<a href="mailto:Natasyarahmasari@gmail.com">Natasyarahmasari@gmail.com</a>

## **ABSTRACT**

*Advances in technology and communication today have opened up new business opportunities and changed the way transactions are conducted, with an increasing number of business transactions being carried out electronically. The rapid development of information technology today has a significant impact on the financial sector, especially in the banking sector. The existence of digital banking services, known as e-banking, is considered a practical solution in the banking industry. This study aims to see how much the use of E-Banking (X1) and Transaction Security (X2) has an effect on Customer Loyalty (Y) on BRI-Mobile application users (case study on the community in Tembung village Percut Sei Tuan District). This study uses a quantitative approach. The population in this study is all customers who use the BRI-Mobile application in the community in Tembung village Percut Sei Tuan District, the data obtained from the questionnaire uses a likert scale that is distributed directly and through google form. The sample of this study was 110 samples taken using the Hair et al formula, and the data collection technique with purposive sampling technique. The data of this study was analyzed using Multiple Linear Regression analysis with SPSS 26.0 aid. The results of this study show that the variable of E-Banking Usage partially has a positive and significant effect on Customer Loyalty in BRI-Mobile application users in the community in Tembung village, and the Transaction Security variable partially has a positive and significant effect on Customer Loyalty in BRI-Mobile application users in the community in Tembung village Percut Sei Tuan District.*

**Keywords:** *Use of E-Banking, Transaction Security, Customer Loyalty*

## ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan komunikasi saat ini telah membuka peluang bisnis baru dan mengubah cara melakukan transaksi, dengan semakin banyaknya transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik. Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini memberikan dampak yang signifikan pada sektor keuangan, terutama dibidang perbankan. Keberadaan layanan perbankan digital, yang dikenal sebagai *e-banking*, dianggap sebagai solusi praktis dalam industri perbankan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh Penggunaan *E-Banking* (X1) dan *Transaction Security* (X2), terhadap *Customer Loyalty* (Y) pada pengguna aplikasi BRI-Mobile (studi kasus pada masyarakat di desa tembung kecamatan Percut Sei Tuan). penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna aplikasi BRI-Mobile pada masyarakat di desa Tembung, data yang diperoleh dari kuisisioner menggunakan skala likert yang disebar secara langsung dan melalui google form. Sampel penelitian ini sebanyak 110 sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Hair *et al*, dan teknik pengumpulan data dengan teknik *purposive sampling*. Data penelitian ini dianalisis menggunakan analisis Regresi Linier Berganda dengan alat bantu SPSS 26,0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Penggunaan *E-Banking* secara parsial berpengaruh positive dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna aplikasi BRI-Mobile pada masyarakat di desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan, dan variabel *Transaction Security* secara parsial berpengaruh positive dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada pengguna aplikasi BRI-Mobile pada masyarakat di desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan.

**Kata kunci:** Penggunaan *E-Banking*, *Transaction Security*, *Customer Loyalty*



## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr. Wb**

*Bismillahirrahmanirrahim Alhamdulillah* Dengan mengucapkan segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT. Karena berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dan terima kasih kepada Kedua Orang tua penulis yaitu Bapak Abdul rahman dan Ibu Juliati yang telah memberikan dukungan moral maupun spritual dalam mengerjakan skripsi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan *E-Banking* dan *Transaction Security* terhadap *Customer Loyalty* pada Penggunaan Aplikasi *BRI-MOBILE* (Studi Kasus Pada Masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan)” dengan baik. Adapun tujuan dibuatnya skripsi ini adalah sebagai persyaratan akademis dalam menyelesaikan studi Program Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Dalam penulis skripsi ini penulis tidak terlepas dari berbagai hambatan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak akhirnya penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik, untuk itu pada kesempatan ini dengan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

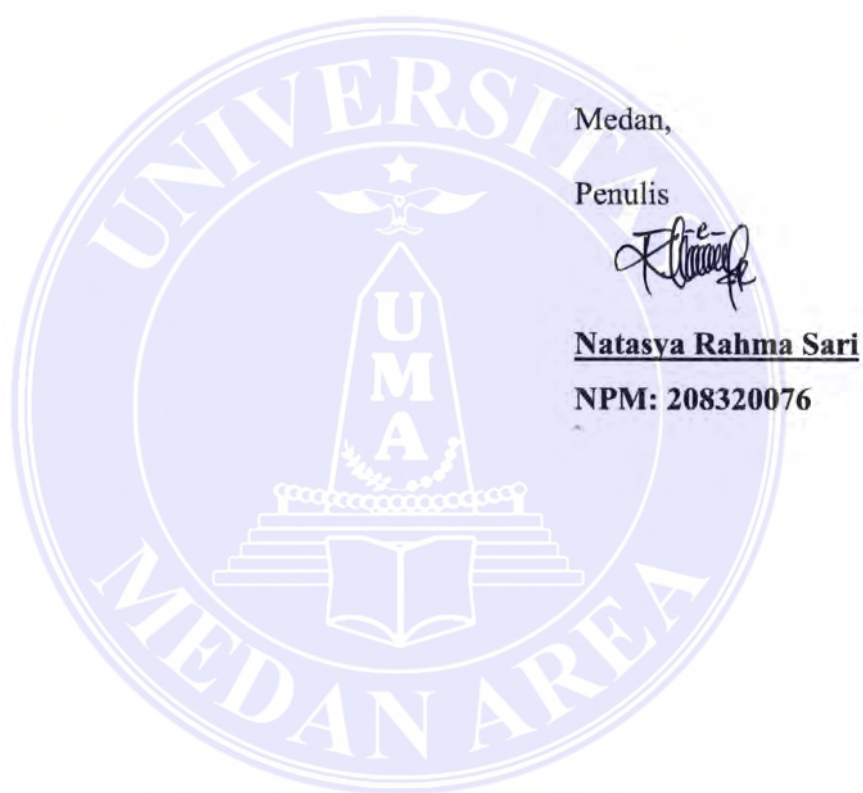
1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng. M.Sc Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA, M,Mgt, Ph.D. CIMA Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, serta sebagai dosen pembimbing saya yang telah banyak memberikan saran, menyediakan

waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulisan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah bapak berikan.

3. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani SE, M.Acc.Ak, sebagai Wakil Bidang Penjaminan Mutu Adakemik dan Gugus Jaminan Mutu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
4. Ibu Fitriani Tobing, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
5. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc Selaku Kepala Bidang Pembelajaran dan Sistem Informasi Akademik Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
6. Bapak Alfifto, SE, M.Si selaku Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi Prodi Manajemen Universitas Medan Area.
7. Ibu Dr.Nur Aisyah, S.E, M.M, selaku Dosen Pembimbing saya yang sudah memberi saran, masukan, maupun dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Khairunnisak SM,MM selaku Dosen Sekretaris pembimbing saya yang telah memberikan masukan, arahan dan motivasi saya sehingga skripsi ini dapat berjalan dengan baik.
9. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah memberikan Ilmu Pengetahuan kepada penulis.
10. Seluruh Karyawan/i Universitas Medan Area yang ikut serta membantu dalam pengurusan administrasi Universitas Medan Area.

11. Kepada kakak saudara saya Sumiati dan adik saya riska rahmadani serta adik saya lainnya yang telah banyak memberikan dukungan, bantuan, semangat dan doa serta hiburan hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada sahabat tersayang saya Dini Maharani, Nanda Fadila, Arisa Angeli, dan Hendi Permana Ginting beserta teman teman seperjuangan saya yang telah membantu saya baik melalui doa ataupun memberikan semangat.
13. Kepada ketua kantor desa Tembung yang telah mengizinkan saya meneliti di desa ini dan telah membantu saya saat penelitian.
14. Kepada seseorang yang telah baik sama saya, yang telah ngebantu saya untuk melewati fase fase sulit dalam penulisan skripsi ini, yang terus menerus memberi semangat kepada saya.
15. And last but not least, Terimakasih kepada diri sendiri yang telah berusaha keras dan berjuang sejauh ini dalam melawati lika liku yang terjadi saat proses penulisan skripsi ini. Saya bangga pada diri sendiri karena bisa sampai sejauh ini walaupun sempat ingin menyerah dalam penulisan skripsi ini, mari bekerja sama dan berkembang menjadi pribadi yang lebih baik lagi dari hari kemarin.

Penulis mengharapkan kritik dan saran karena skripsi ini masih memiliki kekurangan. Meskipun ada kekurangan, penulis percaya bahwa skripsi ini akan berguna untuk masyarakat dan dunia pendidikan. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.





## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Customer Loyalty .....	12
2.2 Penggunaan E-Banking .....	16
2.3 Transaction Security .....	23
2.4 Hubungan Variabel .....	26
2.4.1 Pengaruh Penggunaan E-Banking terhadap Customer Loyalty	26
2.4.2 Pengaruh Transaction Security terhadap Customer Loyalty ....	27
2.5 Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	31
3.2 Lokasi dan waktu penelitian.....	31
3.2.1 Lokasi Penelitian .....	31
3.2.2 Waktu Penelitian.....	32
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1 Populasi .....	32
3.3.2 Sampel.....	32
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.4.1 Jenis Penelitian.....	33
3.4.2 Sumber Data .....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5.1 Kuisisioner .....	35
3.5.2 Observasi.....	35
3.6 Definisi Operasional Variabel .....	36
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	37
3.7.1 Uji Validitas.....	37
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.8 Uji Asumsi Klasik .....	38
3.8.1 Uji Normalitas .....	38
3.8.2 Uji Multikolinieritas .....	38
3.8.3 Uji Heteroskedasitas.....	39
3.9 Teknik Analisis Data .....	39

3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
3.9.2 Uji Hipotesis.....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1 Gambaran umum Bank BRI.....	41
4.1.1 Sejarah singkat Bank BRI.....	41
4.1.2 Visi dan Misi Bank BRI.....	43
4.2 Validitas dan Reabilitas.....	44
4.2.1 Uji Validitas.....	44
4.2.2 Uji Reabilitas.....	45
4.3 Karakteristik Responden.....	44
4.3.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.3.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	47
4.3.3 Karakteristik Responden berdasarkan Profesi/Pekerjaan.....	47
4.4 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	48
4.4.1 Distribusi jawaban Penggunaan E-Banking.....	48
4.4.2 Distribusi Jawaban Transaction Security.....	51
4.4.3 Distribusi Jawaban Customer Loyalty.....	54
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.5.1 Uji Normalitas.....	57
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.6 Teknik Analisis Data.....	61
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	61
4.7 Uji Parsial (Uji-t).....	62
4.7.1 Uji Parsial (Uji-t).....	62
4.7.2 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	62
4.8 Pembahasan.....	64
4.8.1 Pengaruh Penggunaan E-Banking Terhadap Customer Loyalty.....	64
4.8.2 Pengaruh Transaction Security Terhadap Customer Loyalty ...	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Saran.....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Mobile Banking .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	30
Gambar 4. 1 Tampilan pada aplikasi BRImo .....	43



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ulasan Pengguna BRI mobile terkait Penggunaan E-banking dan Transaction Security.....	6
Tabel 1. 2 hasil pra survey .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3. 1 pelaksanaan waktu penelitian .....	32
Tabel 3. 2 Ukuran Nilai Angket.....	35
Tabel 3. 3 Operasional Variabel.....	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Penggunaan E-Banking (X1) .....	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Transaction Security (X2).....	44
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Customer Loyalty (Y) .....	45
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reabilitas .....	45
Tabel 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 7 karakteristik responden berdasarkan profesi/pekerjaan .....	47
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi dan Persentase jawaban responden terhadap Variabel Penggunaan E-Banking (X1).....	48
Tabel 4. 9 Distribusi Frekuensi dan Persentase jawaban responden terhadap Variabel Transaction Security (X2). .....	51
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi dan Persentase jawaban responden terhadap Variabel Customer Loyalty (Y). .....	54
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 5. 1 Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 5. 2 Lampiran Tabulasi Data Pernyataan.....	82
Lampiran 5. 3 Lampiran Surat Izin Penelitian.....	93
Lampiran 5. 4 Lampiran Surat Izin Penelitian.....	94



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi dan komunikasi saat ini telah membuka peluang bisnis baru dan mengubah cara melakukan transaksi, dengan semakin banyaknya transaksi bisnis yang dilakukan secara elektronik. Perkembangan teknologi informasi yang pesat saat ini memberikan dampak yang signifikan pada sektor keuangan, terutama dibidang perbankan. Keberadaan layanan perbankan digital, yang dikenal sebagai *e-banking*, dianggap sebagai solusi praktis dalam industri perbankan. Regulasi terkait *e-banking* diatur dalam peraturan otoritas jasa keuangan (OJK) nomor 12/PJOK.03/2018. *E-banking* merupakan strategi yang digunakan untuk meningkatkan efisiensi, efektivitas, dan produktifitas, serta untuk meningkatkan pendapatan melalui sistem penjualan yang lebih efisien (Sugiharto et al., 2021).

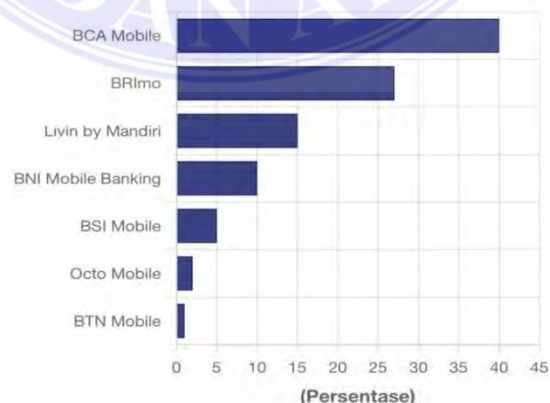
Memiliki nasabah yang loyal merupakan aset dan kunci sukses sebuah bank karena dapat meningkatkan laba. Mempertahankan semua pelanggan yang ada pada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru, bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada. Membuat nasabah tetap loyal adalah senjata utama yang harus dilakukan oleh suatu bank, bank harus bisa menciptakan loyalty tidak cukup hanya satisfaction, karena kepuasan bukanlah tujuan akhir. Oleh karena itu diperlukan strategi dalam hal pengelolaannya guna memperoleh konsumen. Perusahaan harus mampu mengenal

apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun yang akan datang.

Saat ini, persaingan di industri perbankan semakin intens. Perusahaan-perusahaan jasa keuangan tidak hanya menyediakan layanan simpan pinjam, melainkan juga harus menawarkan berbagai produk lain seperti jasa pengiriman uang, transfer, *kliring* (pertukaran uang), RTGS (*Real Time Gross Settlement*, yakni yang berarti setiap transaksi diurus satu persatu tanpa pengelompokkan), dan layanan lainnya. Keberagaman produk didukung oleh teknologi informasi yang cepat dan pelayanan unggul, memenuhi tuntutan pelanggan dengan segera. Setiap bank berlomba-lomba merancang strategi untuk menarik minat masyarakat sebagai nasabah, dengan fokus pada kebutuhan nasabah, kerja keras karyawan dalam memberikan layanan, menjunjung tinggi integritas, kerja sama tim, dan upaya mencapai hasil terbaik diakui sebagai kunci keberhasilan dalam melayani nasabah.

Mobile Banking Terpopuler di Indonesia 2024

Sumber: Populix



**Gambar 1. 1** Persentase Pengguna *Mobile Banking*

Pada gambar 1.1 diatas dapat disimpulkan bahwa dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, layanan perbankan kini dapat diakses dengan mudah melalui ponsel di mana saja dan kapan saja. Melansir lembaga survei Populix, layanan *mobile banking* terpopuler di Indonesia per Mei 2024 dipegang oleh BCA Mobile.

*Mobile banking* terpopuler kedua dipegang oleh BRImo, dengan perolehan 27%. BRImo merupakan layanan perbankan digital dari PT Bank Rakyat Indonesia Tbk (BRI) yang pertama kali diluncurkan pada Februari 2019 lalu.

Posisi ketiga dipegang oleh Livin by Mandiri, dengan total 15%, disusul oleh BNI Mobile Banking dengan 10%, BSI Mobile dengan 5%, Octo Mobile dengan 2%, dan BTN Mobile dengan 1%.

Berdasarkan UU No 10 Tahun 1998 Bank adalah salah satu lembaga bisnis yang bergerak dalam bidang jasa yang tugas utamanya adalah menghimpun dana masyarakat dan menyalurkan kembali dalam bentuk kredit serta melayani kegiatan-kegiatan jasa lainnya yang berhubungan dengan keuangan. Bank sebagai salah satu lembaga bisnis telah menyempurnakan pelayanannya dari waktu ke waktu untuk menarik dana nasabah. Tidak terkecuali, peran teknologi informasi berdampak besar pada layanan perbankan sehingga membuat layanan perbankan makin optimal dalam melayani nasabah. Oleh karena itu terus dilakukan pengembangan yang disesuaikan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan nasabah. Salah satunya adalah dengan menggunakan Aplikasi BRImo.

BRImo adalah salah satu *mobile banking* yang populer. BRImo adalah singkatan dari “BRI *mobile*” sebuah layanan *mobile banking* yang di sediakan



oleh Bank Rakyat Indonesia. Pada tahun 2016, BRImo diluncurkan sebagai upaya Bank BRI untuk meningkatkan pelayanan perbankan dan memperluas jangkauannya keseluruh indonesia. Layanan ini dapat memungkinkan nasabah BRI untuk mengakses berbagai layanan perbankan melalui smartphone. BRImo dapat digunakan untuk mengecek saldo, transfer uang, bayar tagihan, membeli pulsa, melakukan *top up gopay*, bertransaksi dengan *user experience* dan juga *user interface* terbaru, pembayaran QR, adanya *fitur login face recognition*, *login fingerprint* dan masih banyak lagi dengan berbagai sumber dana dari setiap transaksi (Annur, 2022)

. Pada awal peluncurannya di Februari 2019 lalu, Aplikasi BRImo mencatatkan sebanyak 2,2 juta transaksi hingga Maret di tahun yang sama. Artinya dalam tempo kurang dari satu bulan, transaksi demikian besar telah terjadi dalam aplikasi tersebut. Fitur terbaru terus dikembangkan demi kenyamanan user yang mereka miliki. Mulai dari fitur transaksi yang semakin beragam dan terintegrasi dengan jaringan BRI, hingga pada fitur perlindungan keamanan akun dengan finger print, face ID recognition, penggunaan alias rekening, dan sebagainya.

Menyadari pentingnya meningkatkan loyalitas nasabah, Bank BRI memiliki 2 cabang di Desa Tembung dalam menyampaikan jasa perbankan yang sudah melakukan yang evolusioner melalui Media Elektronik Banking (*E-Banking*) yang memberikan kemudahan agar nasabah dalam melakukan transaksi. E-Banking juga sebagai penghantar otomatis baik Jasa ataupun produk Bank secara langsung

kepada nasabah melalui media elektronik, seperti handphone yang sekarang ini banyak digunakan masyarakat.

Layanan perbankan elektronik yang dapat meyakinkan pelanggan tentang keamanan dan privasi data mereka akan membangun kepercayaan. Dengan pelayanan berkualitas dari seluruh staf untuk memastikan kelancaran transaksi, pelanggan akan merasa puas karena semua kebutuhan perbankan mereka terpenuhi. Tingkat kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan bergantung pada seberapa besar perbedaan antara harapan masa lalu dan kinerja saat ini dari layanan perbankan, (Oliver 1980).

Menurut penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Sazhia (2019), dikatakan bahwa mayoritas konsumen hanya mempercayai situs web yang menjaga kerahasiaan informasi pribadi, maka penting bagi pembeli dan penjual untuk mempertimbangkan privasi saat bertransaksi online. Hal ini karena transaksi dalam *e-commerce* rentan terhadap masalah seperti eksploitasi basis data, penambangan data log, dan serangan mengendus, yang dapat diatasi dengan menggunakan tindakan keamanan yang sesuai. Oleh karena itu, keamanan memiliki peran yang sangat penting dalam aplikasi *e-commerce*. Salah satu aspek penting adalah memastikan keamanan transaksi, yang merupakan fokus utama dari indikator keamanan menurut Sazhia (2019), yaitu:

- a) Jaminan keamanan, terkadang dikenal sebagai keamanan, yang sangat penting dalam meredakan kekhawatiran terhadap konsumen yang meliputi tentang pencurian dan penggunaan data yang mudah rusak. Pelanggan akan bersedia memberikan informasi pribadi konsumen dan akan membeli

dengan rasa percaya diri ketika janji keamanan dapat diterima dan memenuhi harapan konsumen.

- b) Kerahasiaan data, nilai terhadap kerahasiaan data sangat penting, karena pemilik informasi dapat dirugikan apabila datanya dimasukkan secara diam diam oleh pihak ketiga. Oleh karena itu privasi data konsumen harus dilindungi.

**Tabel 1. 1 Ulasan Pengguna BRI *mobile* terkait Penggunaan *E-banking* dan *Transaction Security***

NO	KEJADIAN	TERMASUK
1	Isi aplikasinya yang sangat lengkap tetapi sering error saat melakukan transaksi	Penggunaan <i>E-Banking</i>
2	Sering terjadinya kesusahan penggunaan aplikasi setelah update aplikasi	Penggunaan <i>E-Banking</i>
3	Nasabah terkadang terkena kasus penipuan saat melakukan transaksi	<i>Transaction Security</i>
4	Pengguna <i>e banking</i> yang melakukan transaksi sudah kepotong tetapi belum di terima di bank tujuan.	Penggunaan <i>E-Banking</i> Dan <i>Transaction Security</i>
5	User <i>interface</i> yang mudah, tampilannya menarik, dan mudah digunakan	Penggunaan <i>E-Banking</i>
6	Nasabah pernah mengalami kejadian pembobolan saat melakukan transaksi	<i>Transaction Security</i>
7	<i>Interface</i> yang kurang menarik setelah update aplikasi	Penggunaan <i>E-Banking</i>
8	<i>User</i> sering terblokir pada saat melakukan transaksi	<i>Transaction Security</i>
9	Transaksi jelas dan sekarang fitur pengeluarannya sudah mulai otomatis dari setiap transaksi.	Penggunaan <i>E-Banking</i>
10	Aplikasi yang gampang dibobol oleh peretas dan pihak BRI tidak akan mengganti kerugian.	<i>Transaction Security</i>

Sumber : *App store* (2023-2024)

Pada Tabel 1.2 merupakan ulasan pengguna terhadap BRI *mobile*. Dapat disimpulkan bahwa kurang puasnya pengguna terhadap *transaction security* yang

diberikan BRI *mobile* karena tidak ada perubahan dari tahun ke tahun. Hal ini membuat nasabah hilang kepercayaan terhadap penggunaan BRI *mobile*.

Berdasarkan dari hasil pra survey yang telah peneliti lakukan terhadap 30 responden di desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan, yang merupakan pengguna *e-banking* BRImo dapat dilihat dari Tabel 1.2 dibawah ini:

**Tabel 1. 2 hasil pra survey**

Pernyataan	Ya		Tidak		Total	
	Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
Apakah anda merasa kesusahan dalam melakukan transaksi pada aplikasi BRImo?	19	63,3%	11	36,7%	30	100%
Apakah anda melakukan transaksi dengan aman pada aplikasi BRImo?	21	70%	9	30%	30	100%
Apakah anda yakin dengan keamanan dalam melakukan transaksi menggunakan aplikasi BRImo?	15	50%	15	50%	30	100%
Apakah anda tetap menggunakan <i>e-banking</i> BRImo setelah tau <i>e-banking</i> BRImo terdapat banyak hambatan dalam melakukan transaksi?	24	79,3%	6	20,7%	30	100%

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Pada Tabel 1.2 pra survey diatas, dengan membagikan kuisisioner secara online melalui *google form* untuk pengguna *e-banking* BRImo di desa Tembung, diketahui bahwa masih terdapat 63,3% yang menyatakan iya mengalami kesulitan pada penggunaan *e-banking* BRImo dan 36,7% yang menyatakan tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan *e-banking* BRImo, berikutnya 70%



yang menyatakan iya aman dalam melakukan transaksi pada *e-banking* BRImo, dan 30% yang menyatakan tidak aman dalam melakukan transaksi pada *e-banking* BRImo. Selanjutnya, 50% yang menyatakan iya yang memiliki keyakinan terhadap keamanan dalam melakukan transaksi pada *e-banking* BRImo, dan 50 % yang menyatakan tidak yakin terhadap keamanan dalam melakukan transaksi pada aplikasi BRImo. Kemudian 79,3% yang menyatakan tetap menjadi nasabah penggunaan *e-banking* BRImo setelah mengetahui terdapat hambatan dalam melakukan transaksi dan 20,7% yang tidak menjadi nasabah tetap karena mengetahui banyak terjadi hambatan dalam melakukan transaksi pada *e-banking* BRImo. Hal ini terjadi fenomena yang menarik pada masyarakat di desa Tembung.

Pada penelitian yang dilakukan sebelumnya terdapat *research gap* (kesenjangan penelitian) yaitu yang dilakukan oleh Pinontoan (2013), penggunaan *e-banking* memiliki pengaruh yang signifikan serta baik dalam penggunaan *e-banking*, yang artinya penggunaan *e-banking* memperoleh pengaruh yang baik terhadap *customer loyalty*. Sebaliknya, menurut Khoirunnisa (2018), pengguna *e-banking* berpengaruh tidak signifikan terhadap *customer loyalty*.

Dari fenomena serta *research gap* diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“PENGARUH PENGGUNAAN E-BANKING DAN TRANSACTION SECURITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNAAN APLIKASI BRI-MOBILE (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT DI DESA TEMBUNG KECAMATAN PERCUT SEITUAN)”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Dengan melihat latar uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

Penggunaan *e-banking* yang dilakukan oleh bank rakyat indonesia dengan membuat tampilan yang lebih menarik pada aplikasi BRImobile, merupakan strategi pengambilan keputusan untuk meningkatkan penggunaan pada aplikasi BRImobile serta memberikan informasi yang mudah diakses. Sehingga meningkatkan keputusan penggunaan nasabah secara online. *Transaction security* (keamanan transaksi) yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia merupakan tanggung jawab yang dapat membuat nasabah agar tetap percaya dengan keamanan pada aplikasi BRImobile. Sehingga dapat melakukan transaksi secara online dengan mudah dan aman. Namun pada aplikasi BRImobile masih dapat kendala dalam penggunaan dan keamanan dalam bertransaksi. *Customer loyalty* yang diberikan oleh Bank Rakyat Indonesia merupakan aset dan kunci sukses sebuah bank karena dapat meningkatkan penggunaan dengan membuat nasabah yakin dan akan terus menggunakan aplikasi BRImo. Maka di rumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu ingin memastikan pengaruh penggunaan *e-banking* dan *transaction security* terhadap *customer loyalty* pada penggunaan aplikasi BRI-Mobile (studi kasus pada masyarakat di desa tembung kecamatan Percut Sei Tuan) secara parsial.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Atas perumusan masalah yang sudah dimuat peneliti, sehingga dapat dimuat pertanyaan penelitian:

1. Apakah Penggunaan E-banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada penggunaan aplikasi BRI *Mobile* (studi kasus pada masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan)?
2. Apakah *Transaction Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada penggunaan aplikasi BRI *Mobile* (studi kasus pada masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan)?

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, sehingga tujuan penelitian ini seperti:

1. Untuk mengetahui dan menguji apakah Penggunaan *E-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada penggunaan aplikasi BRI *Mobile* (studi kasus pada masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan).
2. Untuk mengetahui dan menguji apakah *Transaction Security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada penggunaan aplikasi BRI *Mobile* (studi kasus pada masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan).

#### 1.5 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil pada penelitian ini diinginkan sebagai landasan pengembangan media pembelajaran dengan semakin dalam, menjadi tambahan informasi serta memperbanyak wawasan.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti: Menambahkan pengetahuan mengenai pengaruh penggunaan *E-Banking* dan *Transaction Security* terhadap *Customer Loyalty* pada penggunaan aplikasi *BRI Mobile* (studi kasus pada masyarakat di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan).
- b. Bagi Perusahaan: dapat dijadikan masukan yang gunanya adalah untuk mengevaluasi agar kedepannya perusahaan BRI semakin meningkat dan terus berinovasi agar nasabah semakin percaya menggunakan Bank BRI dan *BRI mobile*.
- c. Bagi Nasabah: Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan keputusan nasabah dalam melakukan transaksi pada aplikasi *BRI mobile*.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 *Customer Loyalty*

##### 2.1.1 Definisi *Customer Loyalty*

Loyalitas menurut (Teddy et al, 2020) adalah “*a strong feeling of support and allegiance; a person showing firm and a constant support*” (The Oxford English Dictionary dalam (Xavier & Camara, 2015). Dari definisi tersebut terdapat kata *strong feeling*, artinya kedalaman perasaan manusia dalam suatu hal, apakah keluarga, teman. Organisasi, atau merek. Perasaan inilah yang menjadi *unsure* utama dan menentukan keeratan serta loyalitas pelanggan. Loyalitas merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mensupport, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan *emotional attachment*.

Pelanggan merupakan konsep utama mengenai kepuasan dan kualitas pelayanan. Dalam hal ini pelanggan memegang peranan yang penting untuk mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diterima. Pemahaman mengenai suatu pelanggan telah mengalami perkembangan dari pandangan tradisional ke pandangan modern. Definisi pelanggan dalam pandangan tradisional menurut Tjiptono (2011) adalah setiap orang yang membeli dan menggunakan produk perusahaan tersebut.

Menurut Sugiarto (dalam Harisanty et al., 2016) bahwa pelayanan yang baik akan dapat menciptakan loyalitas pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak berpaling pada perusahaan lain. Ikatan emosional tersebut



merupakan wujud dari loyalitas yang ditunjukkan konsumen kepada perusahaan sebagai bukti atas kepuasan atas kinerja produk yang diterimanya.

Menurut (Teddy et al, 2020) dari beberapa definisi yang ada di atas, maka dapat disimpulkan bahwa customer loyalty adalah komitmen konsumen untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang.

Menurut Oliver (1999), *Customer Loyalty* merupakan suatu komitmen dan kesetiaan pelanggan terhadap suatu merek dalam melakukan suatu pembelian ulang. Definisi untuk menggambarkan *Customer Loyalty* adalah “komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk/ layanan yang disukai, secara konsisten di masa depan, menyebabkan pembelian merek yang sama meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki penyebab potensial yang memicu *switching behavior* (perpindahan pelanggan ke penyedia jasa lain). Ada beberapa pengertian mengenai loyalitas pelanggan, seperti pendapat Lovelock. & wirtz (2010), pelanggan mendukung perusahaan dengan melakukan pembelian serta menggunakan produk atau layanan tersebut dengan rekomendasi sukarela kepada teman. Menurut Singh & Thakur (2012), loyalitas pelanggan terdiri dari campuran sikap (niat untuk membeli kembali sebuah produk atau layanan tersebut berasal dari perusahaan yang sama, ketersediaan merekomendasikan kepada yang lainnya, sertaberkomitmen dengan perusahaan) dan perilaku (pembelian yang lebih banyak dan berulang serta produk atau layanan dari perusahaan yang sama, merekomendasikan perusahaan kepada yang lainnya).

*Customer loyalty* dapat diartikan sebagai sikap yang diambil dalam menentukan pilihan untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap yang diambil dalam menentukan pilihan ini juga harus membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Berdasarkan pengertian yang telah dijelaskan dapat diberi kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan yaitu wujud setianya pelanggan dengan penggunaan produk atau jasa secara *continue* atau terus menerus. Karena, pelanggan memiliki rasa puas atas produk atau jasa tersebut nantinya akan menimbulkan rasa untuk merekomendasikan perusahaan kepada yang lainnya.

Loyalitas dapat disebut juga dengan kesetiaan pelanggan ini menunjukkan probabilitas seorang konsumen atau pengunjung untuk melakukan kunjungan ulang dalam periode waktu tertentu. Loyalitas konsumen banyak dikaitkan dengan perilaku (*behavior*) dari pada sikap. Apabila seorang adalah konsumen yang loyal, ia akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian tetap yang ditentukan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit dalam pengambilan keputusan. Konsumen loyal memiliki ciri-ciri antara lain *repeat*, *retention*, dan *referral*.

### 2.1.2 Dimensi *Customer Loyalty*

Menurut Tideswell (2005), terdapat 3 dimensi dalam mengukur *customer loyalty*, diantaranya:

a) *Word of mouth*

*Word of mouth* merupakan percapan dari mulut ke mulut yang memiliki manfaat atau pengalaman berupa barang atau jasa.

b) *Future repurchase intention*

Yang merupakan perilaku pelanggan yang mempunyai keinginan untuk membeli dan memilih kembali suatu produk atau jasa.

c) *Price sensitive*

Merupakan bentuk perwujudan pelanggan yang akan tetap memilih perusahaan tersebut meskipun harga yang ditawarkan lebih mahal dari perusahaan lainnya selama perusahaan memberikan manfaat yang lebih baik dari perusahaan lainnya.

### 2.1.3 Indikator *Customer Loyalty*

penelitian Selnes (1993), mengemukakan beberapa indikator loyalitas nasabah yaitu antara lain:

a. Kebiasaan transaksi

kebiasaan transaksi dapat di artikan sebagai seberapa seringnya nasabah melakukan transaksi dalam jangka waktu panjang.

b. Pembelian ulang

Pembelian ulang yang dimaksud disini adalah kemauan pelanggan untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan berbagai layanan lainnya yang disediakan oleh operator.

c. Rekomendasi

Rekomendasi yang dimaksud disini adalah pengomunikasian secara lisan ataupun non lisan tentang pengalaman pelanggan kepada orang lain dengan harapan orang lain akan menggunakannya juga.

d. Komitmen

Komitmen merupakan kemauan pelanggan untuk tetap menggunakan pelayanan yang disediakan oleh operator dimasa yang akan datang dan enggan untuk berhenti sebagai pelanggan tersebut.

## 2.2 Penggunaan *E-Banking*

### 2.2.1 Defenisi Penggunaan *E-Banking*

Menurut Tampubolon, (2015) Perkembangan pesat Teknologi Informasi (TI) dan globalisasi mendukung Bank untuk meningkatkan pelayanan kepada nasabah secara aman, nyaman, dan efektif, diantaranya melalui media elektronik atau dikenal dengan *Electronic Banking (e-banking)*. *E-banking* adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti *Automatic Teller Machine (ATM)*, *Electronic Data Capture (EDC)/ Point Of Sales (POS)*, *internet banking*, *SMS banking*, *mobile banking*, *e-commerce*, *phone banking*, dan *video banking*.

*E-banking* merupakan sistem perbankan yang menggunakan teknologi internet untuk memberikan layanan kepada nasabah. Layanan ini dapat diakses melalui berbagai perangkat komputasi seperti pc, laptop, notebook dan smartphone (Puspitarisa, 2020). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2019), *E-Banking* memberikan layanan perbankan kepada sektor ritel dan usaha kecil melalui saluran elektronik. Internet banking membantu meningkatkan efesiensi dan efektivitas transaksi perbankan, terutama bagi masyarakat perkotaan yang memiliki jadwal padat.

*E-banking* memiliki berbagai keunggulan salah satunya adalah mengurangi kebutuhan kostumer untuk pergi ke bank secara langsung, dengan memungkinkan mereka untuk melakukan transaksi melalui media gadget atau komputer. Selain itu, *E-banking* juga menghemat waktu dan biaya, memberikan kenyamanan serta aksesibilitas, dan berdampak positif pada kepuasan kostumer, melalui layanan *e-banking*, kostumer dapat menikmati berbagai fasilitas perbankan dan mengelola urusan mereka dengan bank kapan pun dan dimana pun (Lutfiani, 2021).

### 2.2.2 Faktor faktor yang mempengaruhi Penggunaan *E-Banking*

Berikut faktor faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-banking* yaitu:

1. Kenyamanan (*convenience*)

Kenyamanan bahwa nasabah bank BRI/ pengguna BRImo fleksibel dalam hal waktu dan tempat. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Poon (2008), internet banking menyediakan tingkat kenyamanan yang lebih tinggi yang memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi perbankan kapanpun dan dimanapun. Beberapa peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Hong et al (2001), menunjukkan hasil bahwa kenyamanan sangat berpengaruh positif terhadap minat untuk menggunakan (*intention to use*) internet banking.

2. Kemampuan mengakses (*accessibility*)

*Accessibility is ability to get on the site quickly and to reach the company when needed* (Zeithaml et al, 2009). Jadi kemampuan dalam mengakses adalah kemampuan untuk mengakses situs dan menghubungi pihak bank ketika di butuhkan.



### 3. Ketersediaan fitur (*feature availability*)

Menurut Gerrard & cunningham (2003), mengidentifikasi faktor lain yang penting dalam elektronik banking, ialah kemampuan inovasi untuk menghadapi kebutuhan nasabah dengan menggunakan ketersediaan fitur (*feature availability*) yang berbeda pada website. Fitur (*feature*) yang diartikan sebagai hal hal apasaja yang dapat dilakukan oleh nasabah dengan menggunakan internet banking.

### 4. kerahasiaan (*privacy*)

kerahasiaan (*privacy*) yang dapat diartikan sebagai segala hal yang berkaitan dengan informasi pribadi bagi pengguna *e banking* agar tetap terjamin kerahasiaannya dan tidak ada orang mengetahuinya.

### 5. Kecepatan (*speed*)

Yang diartikan sebagai lecepatan internet banking untuk memberikan informasi yang diinginkan oleh pengguna internet banking (Mukherjee and Nath, 2003). hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Shergill and li (2005), menunjukkan bahwa konsumen mempertimbangkan *speed of response* dengan serius ketika komunikasi dengan penyedia layanan internet banking.

### 6. Tarif Dan Biaya (*Fees And Charges*)

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chang (2002), menunjukkan bahwasannya internet banking memiliki biaya layanan transaksi yang murah dan layanan kecepatan tinggi jika dibandingkan dengan bank lain. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lee (2001), menyatakan bahwa

internet banking memudahkan para nasabah untuk mengakses akun bank mereka, biaya servis yang rendah dan penghematan waktu.

#### 7. Desain (*design*)

Desain dapat diartikan sebagai tampilan dari internet banking semakin tinggi tingkat komunikasi sosial yang ditampilkan oleh website bank, oleh karena itu semakin besar pengaruhnya pada kepercayaan konsumen dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan transaksi online (Mukherjee and Nath, 2003).

#### 8. Konten (*content*)

Konten dapat diartikan sebagai kemampuan internet banking dalam menyediakan informasi yang terbaru mengenai produk maupun jasa terbaru yang ditawarkan (Mukherjee and Nath, 2003).

### 2.2.3 Kelebihan Dan Kekurangan Penggunaan *E-Banking*

Menurut safira (2021), kelebihan dan kekurangan dalam penggunaan *e-banking* sebagai berikut:

#### 1. Kelebihan Penggunaan *E-Banking*

- a. Seluruh kegiatan operasional bank dapat dilakukan secara online, yang artinya nasabah tidak perlu pergi ke Kantor atau ATM terdekat untuk melakukan transaksi, pengecekan saldo, transfer antar rekening ataupun Bank, dan transaksi transaksi lainnya.
- b. Layanan *mobile banking* menawarkan berbagai kemudahan dalam penggunaannya, mulai dari transaksi maupun otorisasi.

- c. Keamanan layanan *mobile banking* terjamin, dikarenakan sudah menggunakan proteksi *firewall* berlapis yang berfungsi untuk mencegah peretasan.
  - d. Nasabah dapat mengakses menggunakan internet selama 24 jam.
  - e. Nasabah dapat menghemat waktu dan biaya, karena tidak perlu datang ke *banking hall*, adapun pengertian dari *banking hall* adalah suatu tempat yang disediakan oleh bank yang dimana semua pelayanan atau transaksi perbankan dilakukan di *banking hall*, di *banking hall* terdapat *customer service*, *teller*, dan *security* yang bertugas untuk membantu nasabah untuk membantu nasabah secara langsung.
2. Kekurangan Dalam Penggunaan *E-Banking*
- a. Kegiatan transaksi sangat bergantung dengan jaringan internet, apabila jaringan nasabah sedang terganggu maka nasabah tidak dapat melakukan transaksi.
  - b. Dengan kemudahan transaksi yang ditawarkan membuat nasabah lebih boros (kurang terkendali).
  - c. Sistem keamanan memang sudah terjamin aman, namun tetap adanya pihak yang tidak bertanggung jawab untuk melakukan *hacking* seperti pencurian data pribadi nasabah bahkan dapat terjadinya pembobolan rekening.

#### 2.2.4 Dimensi Penggunaan *E-Banking*

Menurut Salhie (2011), Penerimaan *E-banking* oleh nasabah dapat dilihat dari empat dimensi, yaitu:

a) Manfaat yang dirasakan (*Usefulness*):

Sebelum membahas dimensi pertama, yaitu *usefulness*, akan dijelaskan singkat mengenai *Technology Acceptance Model* (TAM). Menurut Anthony (2020), TAM adalah model yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. Tujuan TAM adalah untuk menjelaskan dan memprediksi penerimaan pengguna terhadap suatu teknologi. *Usefulness* merujuk pada tingkat keyakinan seseorang dalam menggunakan suatu sistem untuk meningkatkan performanya. Para ahli lain mengartikan *usefulness* sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu sistem akan meningkatkan kinerjanya. Sebagai contoh, jika seorang pengguna percaya bahwa aplikasi atau sistem yang digunakan dapat meningkatkan performanya, maka aplikasi tersebut dianggap bermanfaat. Konsep ini pertama kali diperkenalkan dalam TAM. Dalam konteks nasabah bank, sebuah layanan atau aplikasi dianggap bermanfaat jika dapat memberikan kontribusi.

b) Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*):

Kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat keyakinan seseorang bahwa sistem yang digunakan dapat dimengerti dan dioperasikan dengan mudah (Salhie, 2011). Jika layanan online sulit dimengerti dan dioperasikan, nasabah cenderung memilih bertransaksi secara tradisional.

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kemudahan penggunaan antara lain kemudahan dalam pembelajaran, fleksibilitas,

kemampuan mengontrol pekerjaan, serta kecakapan pengguna dalam menggunakannya. Ada juga indikator lain seperti peningkatan keterampilan dalam penggunaan, efisiensi waktu, tampilan yang mudah dimengerti, dan kemudahan dalam pembelajaran. ibusi yang signifikan terhadap kinerja dan efisiensi nasabah.

c) Kenyamanan yang dirasakan (*convenience*)

dalam menggunakan layanan *e-banking* mengacu pada kepercayaan seseorang bahwa sistem tersebut membuat transaksi lebih fleksibel, menghemat waktu, dan dapat diakses di mana saja (Poon, 2008).

d) keamanan dan privasi

keamanan dan privasi menjadi semakin penting seiring dengan meningkatnya penggunaan layanan perbankan online, meskipun beberapa penelitian menunjukkan bahwa nasabah semakin loyal terhadap layanan *e-banking* dalam era pandemi. Electronic banking (*e-banking*) adalah layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi dan berkomunikasi dengan bank melalui media elektronik seperti telepon, internet, TV, dan perangkat mobile.

### 2.2.5 Indikator Penggunaan *E-Banking*

*e-banking* menerapkan layanan dengan menggunakan fasilitas internet yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam mengakses internet banking dengan service cepat, mudah, aman, nyaman, dan tersedia 24 jam yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja melalui handphone dan lain sebagainya.



Berikut beberapa indikator menurut penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2019), dalam menggunakan layanan *e-banking* yaitu:

a. Keandalan

Keandalan adalah kemampuan yang dapat diandalkan akurat dan konsisten dalam mengerjakan jasa sesuai dengan yang diinginkan nasabah. Nasabah akan menilai reabilitas pada kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan yang dijanjikan agar keandalan ini akan melibatkan kinerja *e-banking*.

b. Akses

Layanan jasa secara online ini membutuhkan akses selama 24jam dengan mudah dan mampu membantu nasabah melakukan transaksi dengan cepat dalam mengakses fitur fitur yang dibutuhkan, serta memberikan respon yang cepat dan tepat pada setiap transaksi yang dilakukan oleh pengguna *e-banking*.

c. Design website

Penampilan pada aplikasi secara fisual yang menarik, akan membuat nasabah pengguna *e-banking* akan tertarik menggunakan aplikasi tersebut.

## 2.3 Transaction Security

### 2.3.1 Definisi Transaction Security

Tingkat kepercayaan konsumen terhadap internet sebagai media pengiriman data yang sangat sensitif yang mencerminkan tingkat keamanannya. Menurut Surbakti & Widyarini (2010), konsumen yang memiliki keyakinan pada keamanan internet secara menyeluruh akan lebih mempercayai situs web yang

menawarkan layanan perdagangan elektronik (*electronic ecommerce*). Transaction security adalah pencegahan dari penipuan (*cheating*) atau merupakan deteksi dari adanya penipuan didalam suatu sistem yang berbasis informasi dimana informasi itu sendiri tidak mempunyai arti fisik (Sudarwanto & Lukitaningsih, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Roca (2009), menyatakan bahwa menggunakan teknologi yang inovatif seperti enkripsi, tanda tangan digital, dan sertifikat adalah bagian dari upaya untuk melindungi konsumen dari resiko penipuan dan pembobolan. Gagasan keamanan saat ini mengacu pada cara menjaga informasi pribadi dari awal hingga kondisi terpenuhi dengan menggunakan kebebasan untuk berbagi dan bertukar informasi dengan publik. Sebagai pihak yang mengumpulkan data harus menjamin bahwa data yang dikumpulkan lebih akurat dan terkini. Hanya pihak yang tercantum yang dapat di berikan akses ke data pelanggan.

Faktor keamanan dan kenyamanan dapat dilihat dari bagaimana cara pedagang online dapat menjamin kerahasiaan data pada saat bertransaksi online. pada proses melakukan transaksi pembayaran dilakukan oleh pedagang/penjual situs yang digunakan harus memiliki kebijakan privasi agar pembeli merasa yakin bahwa berbelanja di situs tersebut terasa aman.

Menurut pandangan setiap orang, istilah “istilah keamanan” mengacu pada gagasan bahwa informasi pribadi nasabah tidak akan disalahgunakan atas pembelian mereka terutama yang melakukan pembayaran dengan kredit, akan aman dan produk yang akan mereka terima sesuai dengan yang diharapkan,

### 2.3.2 Dimensi *Transaction Security*

Dimensi menurut Sindiah and Rustam (2023), keamanan pada transaksi online adalah sebagai berikut:

a. Autentikasi

Yang dimana merupakan contoh transaksi yang dapat diidentifikasi secara unik dan harus dilakukan oleh orang yang melakukan transaksi itu sendiri.

b. Integritas

Yaitu dimana peluang yang diberikan dapat dilihat dari tingkat penjual yang memberikan effort lebih ke konsumen.

c. Non-repudiation

Yaitu konsumen membutuhkan perlindungan terhadap penghambat dari penjual bahwasannya produk yang telah dikirimkan atau pembayaran belum dilakukan, maka dibutuhkan informasi untuk memastikan siapa pengirim dan penerimanya.

d. Privasi

Nasabah/konsumen menginginkan agar identitas mereka aman. Mereka tidak ingin orang lain mengetahui apa yang mereka transaksikan demi keselamatan, nasabah menginginkan jaminan bahwa aman untuk memberikan informasi nomor kartu kredit di internet.

### 2.3.3 Indikator *Transaction Security*

Menurut Yunita et al (2019), Indikator pada *transaction security* terbagi menjadi empat, yaitu:

1) Janji Keamanan

Janji ini meliputi peran penting dalam menurunkan kekhawatiran nasabah tentang eksploitasi data pribadi dan transaksi yang melibatkan data yang mudah rusak.

## 2) Privasi Informasi

Data kerahasiaan sangat penting dijaga. Pemilik informasi dapat dirugikan jika datanya dibobol oleh pihak ketiga. Maka dari itu kerahasiaan data pelanggan sangat penting dijaga ketat.

## 3) Bukti Transaksi

Sebuah bukti setelah melakukan transaksi agar tetap terjaga dan tidak terjadi hal hal yang tidak diinginkan.

## 4) Tidak Menyalahgunakan Data Pribadi Nasabah

Dalam hal ini ada juga sebagian nasabah yang menghindari situs, web atau e-commerce yang membutuhkan data pribadi, karena mereka menyadari sebagian toko dapat memalsukan dan membeberkan data mereka kepada pihak lain, maka dari itu pihak bsnk BRI harus memberikan jaminan kepada pengguna atau calon pengguna bahwa data yang mereka berikan akan aman dan digunakan dengan baik atau tidak disalahgunakan sehingga tidak akan menimbulkan kerugian bagi pihak nasabah dilain waktu.

## 2.4 Hubungan Variabel

### 2.4.1 Pengaruh Penggunaan *E-Banking* terhadap *Customer Loyalty*

*E-banking* adalah pelayanan perbankan untuk mempermudah dan memenuhi kebutuhan nasabah dalam bertransaksi. Penggunaan *e-banking* bisa mempercepat waktu nasabah tanpa harus antri di *Banking Hall* atau ATM. Hal

ini dikarenakan transaksi perbankan dapat dilakukan dimanapun dan kapan saja melalui jejaring elektronik seperti internet, telepon ataupun ponsel secara mudah dan praktis. *E-banking* diciptakan untuk mempermudah dalam melakukan transaksi dan mengurangi beban kerja perbankan serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi (Siagian, 2021). Berdasarkan studi yang dilakukan oleh Indah (2016), diperoleh hasil *e banking* memiliki pengaruh paling signifikan terhadap loyalitas nasabah. Itu artinya dengan adanya *e-banking* yang memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi, maka loyalitas nasabah untuk melakukan transaksi akan semakin meningkat.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh oleh Cynthia (2022), bahwasannya *e-banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sehingga diterima. yang artinya dengan adanya *e-banking* mampu meningkatkan loyalitas nasabah. *E-banking* memberikan kemudahan dalam bertransaksi keuangan, seperti untuk melakukan pengecekan saldo, transfer, dan berbagai transaksi keuangan lainnya. Dengan adanya kemudahan ini akan membuat nasabah lebih memilih menggunakan transaksi dengan *e-banking*.

#### **2.4.2 Pengaruh *Transaction Security* terhadap *Customer Loyalty***

Faktor keamanan dan kenyamanan dapat dilihat dari bagaimana cara pedagang online dapat menjamin kerahasiaan data pada saat bertransaksi online. pada proses melakukan transaksi pembayaran dilakukan oleh pedagang/penjual situs yang digunakan harus memiliki kebijakan privasi agar pembeli merasa yakin bahwa berbelanja di situs tersebut terasa aman. Menurut hasil penelitian yang diperoleh oleh Khasanah (2019), menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan hasil



yang signifikan antara keamanan dengan loyalitas pelanggan perbankan seperti bank BRI, BNI, BCA, dan MANDIRI. Menurut hasil penelitian yang diperoleh oleh Muhammad (2021), dengan hasil keamanan bertransaksi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil tersebut menunjukkan apabila semakin tinggi keamanan terhadap teknologi informasi *e-banking* maka akan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan.

## 2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian penelitian terdahulu dijadikan peneliti sebagai rujukan dan contoh contoh untuk melengkapi teori, gagasan dan referensi yang berkaitan dengan metode dan subjek yang akan diteliti ditahap ini. Sebagai acuan, peneliti juga mempelajari penelitian penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, penelitian penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

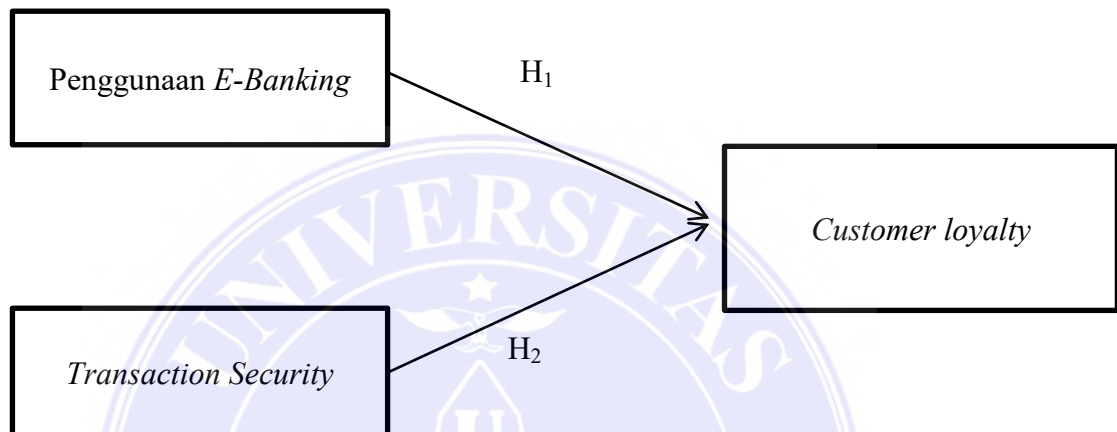
**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Adinoto Nursiana (2015)	Pengaruh Internet Banking, Kualitas Layanan, Reputasi Produk, Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Intermediasi Kepuasan Nasabah.	Pengaruh internet banking tidak signifikan berarti internet banking tidak membuat nasabah loyal pada bank.
2	Kwik Cynthia Yuliani (2022)	Pengaruh <i>E-Banking</i> , Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah.	Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh hasil bahwa <i>e-banking</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
3	Vega Agustin Khasanah (2019)	Pengaruh Kualitas Jasa Berbasis Teknologi <i>E-Banking</i> Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Costumer Perbankan.	Keamanan <i>e banking</i> dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan.
4	Dewi Rosa Indah (2016)	Pengaruh <i>E-Banking</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa.	<i>e-banking</i> berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
5	Andi Musyarraffah Rusli (2021)	Pengaruh <i>E-Banking</i> Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.	Penelitian ini menyatakan bahwa E-Banking dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas.
6	Anggit Triyogo (2022)	Pengaruh Elektronik Banking ( <i>E-Banking</i> ) Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah.	<i>e-banking</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT BNI 46 cabang Pati.
7	Riska Lutfiani (2021)	Pengaruh Penggunaan Media Digital ( <i>E-Banking</i> ) Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Ditengah Pandemi Covid 19 Pada BMT UGT NUSANTARA CAPEM JEMBER KOTA.	Penggunaan media digital ( <i>e-banking</i> ) tidak berpengaruh signifikan secara persial terhadap loyalitas nasabah.
8	Aldani Fachri Fatnur (2022)	Pengaruh Keamanan, Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah <i>Mobile Banking</i> Brimo.	Disimpulkan bahwa variabel secara persial tidak berpengaruh positif dan signifikan.
9	Shoufil Fadilah (2019)	Analisis Pengaruh Transaction, <i>E-Service Quality</i> Dan E-Trust Terhadap <i>Customer Loyalty</i> Pada Pengguna Mobile Banking Brimo.	Pengaruh <i>transaction security</i> berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
10	Evani Khoirunnisa (2018)	Pengaruh Penggunaan <i>E-Banking</i> , Kepercayaan ( <i>Trust</i> ), Dan Kualitas Pelayanan Loyalitas Nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Surakarta.	Variabel penggunaan <i>e-banking</i> dan kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

## 2.6 Kerangka Konseptual

Pada penelitian ini ada beberapa faktor yang dijadikan sebagai variabel independen (variabel bebas) untuk menganalisis faktor yang dapat mempengaruhi variabel dependen (variabel terikat).



**Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**

## 2.7 Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan kesimpulan sementara hubungan antara pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebelum dilakukan penelitian dan wajib dibuktikan dalam penelitian. Hipotesis digunakan untuk menentukan jawaban teoritis yang terdapat pernyataan didukung oleh fakta yang dikumpulkan dan dianalisis. Atas dasar penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

H<sub>1</sub>; Pengaruh penggunaan e-banking terhadap *customer loyalty* pada pengguna aplikasi BRI *Mobile*

H<sub>2</sub>; Pengaruh *transaction security* terhadap *customer loyalty* pada pengguna aplikasi BRI *Mobile*.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian yang bersifat pendekatan atau metodologi kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011), metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data berupa angka angka atau pertanyaan pertanyaan yang dinilai dan dianalisis dengan analisis statistik untuk menggambarkan suatu kesimpulan.

Penelitian asosiatif yang digunakan pada penelitian ini ditandai dengan penyebaran kuisisioner semua populasi dan sampel yaitu masyarakat pada desa Tembung untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

#### **3.2 Lokasi dan waktu penelitian**

##### **3.2.1 Lokasi Penelitian**

penentuan lokasi penelitian ini bertujuan untuk mempermudah dan memperjelas objek yang menjadi sasaran yang akan dilakukan oleh peneliti penelitian ini dilaksanakan pada masyarakat di desa tembung.

### 3.2.2 Waktu Penelitian

**Tabel 3. 1 pelaksanaan waktu penelitian**

No	Kegiatan	Tahun 2024						
		Feb	Apr	Mei	Jun	Jul	Agust	Okt
1	Pembuatan Proposal							
2	Seminar Proposal							
3	Pengumpulan Data							
4	Analisis Data							
5	Seminar Hasil							
6	Penyelesaian Skripsi							
7	Sidang Meja Hijau							

Sumber: data diatas diolah oleh peneliti, 2024

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi yaitu kelompok elemen yang lengkap dan biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah yang telah menggunakan KTP pada masyarakat tembung pada periode januari 2023 sampai desember 2023 dengan jumlah 8.352 orang.

#### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian dari unit populasi. Sampel juga dapat diartikan sebagai bagian dari wakil populasi yang akan diteliti dan mewakili populasi sebagai responden.

Metode pengambilan sampel ini menggunakan accidental sampling. Yang dapat diartikan sebagai bentuk pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dan dianggap cocok menjadi sumber data dan akan menjadi sampel penelitian ini.



Menurut Hermawan (2019), accidental sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yakni siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dan memiliki kriteria yang sesuai maka akan dijadikan sampel.

Dalam penarikan jumlah sampel dengan ukuran populasi yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya maka digunakan rumus (Hair, dkk, 2018). Ukuran responden yang ideal menurut Hair adalah tergantung pada jumlah semua indikator pada variabel dikalikan 5-10.

Dalam penelitian ini jumlah pertanyaan yang digunakan terdapat indikator. Sehingga ukuran sampel yang dibutuhkan minimal sejumlah  $11 \times 10 = 110$  sampel (responden) dengan lokasi penelitian di Desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan. Berikut kriteria sampel yang dipilih dalam penelitian ini adalah:

1. Responden yang berdomisili di desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan.
2. Responden berusia  $> 17$  tahun karena responden dianggap sudah bisa menggunakan BRImo.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian pada skripsi ini adalah berjenis asosiatif. Yang dimana penelitian asosiatif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara 2 variabel atau lebih. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah Penggunaan *E-Banking* (X1), *Transaction Security* (X2), dan *Customer Loyalty* (Y).

### 3.4.2 Sumber Data

#### 1. Data primer

Menurut Istijanto, (2005) data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah riset secara khusus. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh secara langsung dari sumbernya, sehingga peneliti melakukan pengumpulan data dengan menyebar kuisisioner kepada responden. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2011).

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang cara pendapatannya tidak langsung dari subyek penelitian. Data sekunder digunakan untuk melengkapi data primer dalam penelitian. Pengumpulan data sekunder tidak langsung yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu melalui media perantara seperti jurnal, buku buku, internet serta referensi lainnya yang memiliki relevansi dengan fenomena yang akan diteliti.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yaitu berupa suatu pernyataan tentang sifat, keadaan, kegiatan tertentu dan sejenisnya. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan suatu informasi yang dibutuhkan untuk mencapai suatu tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian dengan sistem sebar kuisisioner pada pengguna aplikasi BRImo di desa Tembung.

### 3.5.1 Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan menyebarkan dan memberikan daftar pertanyaan ataupun pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan tanggapan atas pertanyaan tersebut. Pada penelitian ini kuisisioner disebarkan pada nasabah pengguna aplikasi BRImo di desa Tembung.

Skala yang digunakan pada kuisisioner ini khususnya skala likert yang merupakan skala yang digunakan untuk pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok masyarakat terhadap peristiwa sosial. Skala ini bersifat kuantitatif yaitu mempertimbangkan responden serta pilihan jawabannya sebagai berikut:

**Tabel 3. 2 Ukuran Nilai Angket**

Opsi	Ukuran
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.5.2 Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kemampuan seseorang menggunakan panca indranya untuk melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Pada observasi ini melakukan observasi dengan melihat fenomena yang terjadi di kalangan nasabah khususnya pada nasabah yang menggunakan aplikasi BRImobile pada masyarakat di Desa Tembung.

### 3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan penjelasan yang memberikan pernyataan peneliti tentang sesuatu yang dibutuhkan untuk memberikan jawaban ataupun uji hipotesis riset terkhususnya dalam penelitian kuantitatif.

Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti yaitu, Penggunaan *E-Banking* sebagai variabel bebas (X1), *Transaction Security* sebagai variabel bebas (X2), dan *Costumer Loyalty* sebagai variabel terikat (Y). Berikut ini definisi operasional yang disajikan dalam bentuk tabel operasional dan instrumen penelitian.

**Tabel 3. 3 Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
Penggunaan <i>E-Banking</i> (X1)	Menurut Tampubolon, (2015) <i>E-banking</i> adalah layanan yang memungkinkan nasabah Bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik seperti <i>Automatic Teller Machine (ATM)</i> , <i>Electronic Data Capture (EDC)/ Point Of Sales (POS)</i> , <i>internet banking</i> , <i>SMS banking</i> , <i>mobile banking</i> , <i>e-commerce</i> , <i>phone banking</i> , dan <i>video banking</i> .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kehandalan</li> <li>2. Akses</li> <li>3. Desain website (Ramadhani, 2019)</li> </ol>	Likert
<i>Transaction Security</i> (X2)	<i>Transaction Security</i> adalah pencegahan dari penipuan ( <i>cheating</i> ) atau merupakan deteksi dari adanya penipuan didalam suatu sistem yang berbasis informasi dimana informasi itu sendiri tidak mempunyai arti fisik (Sudarwanto & Lukitaningsih, 2021).	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Janji keamanan</li> <li>2. Privasi informasi</li> <li>3. Bukti Transaksi</li> <li>4. Tidak Menyalahgunakan Data Pribadi Nasabah (Yunita et al, 2019)</li> </ol>	Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Ukur
<i>Customer Loyalty</i> (Y)	Menurut (Teddy et al, 2020) <i>Customer loyalty</i> adalah komitmen konsumen untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebiasaan transaksi</li> <li>2. Pembelian ulang</li> <li>3. Rekomendasi</li> <li>4. Komitmen (Selnes, 1993)</li> </ol>	Likert

**Tabel 3.3 Definisi Operasional Dan Instrumen Penelitian**

### 3.7 Uji Instrumen Penelitian

#### 3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti sejauh mana instrumen penelitian yang digunakan peneliti agar dapat mengukur dan memperoleh data yang akurat dari responden. Validitas merupakan salah satu syarat dalam meneliti yang menunjukkan keilmiahan. Uji validitas dapat digunakan untuk menentukan apakah sebuah kuisioner yang diberikan dianggap sah atau valid.

Untuk menguji validitas instrumen, peneliti menggunakan program *vastatistical package for the social science for windows* (SPSS). Uji validitas ini akan dilakukan pada nasabah Bank Rakyat Indonesia yang menggunakan aplikasi BRI mobile pada masyarakat di desa tembung. Adapun kriteria pengujian validitas yaitu:

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan sah atau valid.
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak sah atau tidak valid.

Pada penelitian ini nilai  $r$  tabel diperoleh dengan rumus *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - k$ , mengenai hal tersebut  $n$  merupakan total sampel serta  $k$  yaitu total



konstruknya. Dalam penelitian ini maka besar nilai  $df$  bisa diperhitungkan  $30 - 2 = 28$  dengan nilai  $\alpha$  0,05 diperoleh  $r$  tabel 0,361.

### 3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sudana and Setianto (2018), mengatakan uji reabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur keakuratan instrumen dalam mengukur konsep dan menilai kebaikan ukuran serta konsistensi stabilitas ukurannya. Reliabilitas dihitung dengan mengkorelasi dua instrumen dengan instrumen yang dijadikan sebagai *equivalent*, bila hasilnya positif dan signifikan maka instrumen dinyatakan reliabel. Suatu instrumen dapat dinyatakan reliabel apabila  $\alpha$ -nya  $> 0.60$  maka dapat disimpulkan reliabel.

## 3.8 Uji Asumsi Klasik

### 3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui dan mengukur apakah variabel berdistribusi normal atau tidak, regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan cara menganalisis grafik yaitu dengan melihat grafik histogram dan normal *probability plot*.

### 3.8.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidanya korelasi antar variabel. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinieritas adalah dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance value*. Nilai yang ditetapkan secara umum adalah *tolerance value*  $> 0,10$ , atau nilai VIF  $< 10$ .

### 3.8.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik tidak terdapat heteroskedastisitas. Cara melihat adanya heteroskedastisitas atau tidak dengan melihat grafik *scatter plot* (Ghozali, 2018). Apabila grafik *scatter plot* belum cukup menjamin keakuratan hasil, maka dilakukan uji glejser dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas nilai  $\text{sig} > 0,10$ , maka tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas.
- b. Jika nilai probabilitas nilai  $\text{sig} < 0,10$ , maka mengalami gangguan heteroskedastisitas.

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara umum terkait karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang minimum.

## 3.9 Teknik Analisis Data

### 3.9.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dapat menunjukkan seberapa besar variabel bebas dapat mempengaruhi variabel terikat. Secara umum, dipakai dalam melihat pengaruh yang diakibatkan oleh variabel bebas kepada variabel terikat. Berikut persamaannya:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Penjelasan :

$$Y = \text{Customer loyalty}$$

$a$  = Koefisien konstanta

$X_1$  = Penggunaan *e-banking*

$X_2$  = *Transaction security*

$b_1$  = Koefisien penggunaan *e-banking*

$b_2$  = Koefisien *transaction security*

### 3.9.2 Uji Hipotesis

Keputusan yang dibuat selama uji hipotesis akan memuat asumsi, yang artinya bahwa keputusan tersebut dapat bersifat negatif ataupun positif.

#### 1. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t yang dimaksud adalah untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat bahwa dengan asumsi bahwa variabel.

lain dianggap konstan dengan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ). Yang kriteria pengujiannya adalah:

$t_{hitung} > t_{tabel} = H_0$  Ditolak

$t_{hitung} \geq t_{tabel} = H_0$  Diterima

#### 2. Koefisien Determinasi

Untuk mengukur jauhnya kapasitas didalam memperjelas variabel terikatnya. Koefisien kepastian berada pada kisaran 0 dan 1. Nilai  $R^2$  menandakan sedikitnya kapasitas variabel bebasnya didalam mengklarifikasi variabel terikatnya sangatlah terbatas dan mempengaruhi, jika  $R^2$  mendekati 1, maka variabel dependen mempengaruhi semua data yang diberikan.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan *E-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada penggunaan aplikasi *BRI-Mobile* ( studi kasus pada masyarakat di desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan).
2. *Transaction security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap customer loyalty pada penggunaan aplikasi *BRI-mobile* (Studi kasus pada masyarakat di desa Tembung kecamatan Percut Sei Tuan).

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah:

##### 1. Saran teoritis

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan penelitian ini sebagai referensi untuk melakukan penelitian ini lebih lanjut dan mendalam. Selain itu, juga melakukan penelitian dengan objek penelitian dan populasi yang berbeda untuk mengkaji hasil penelitian ini. Peneliti juga diharapkan dapat melakukan penelitian dengan variabel yang berbeda dari variabel penelitian ini.

## 2. Saran Praktis

Penelitian ini disarankan kepada pihak perusahaan perbankan rakyat indonesia di desa tembung kecamatan Percut Sei Tuan.

### 1. Penggunaan *E-Banking*

Pada variabel Penggunaan *E-Banking* masih terdapat jawaban kurang setuju pada setiap indikator pernyataan yang artinya pihak Bank Rakyat Indonesia untuk terus mempertahankan konsep Penggunaan *E-Banking* dengan membuat strategi tampilan yang lebih menarik dan dapat digunakan dengan mudah agar meningkatkan Penggunaan *E-Banking* pada aplikasi *BRI-Mobile*.

### 2. *Transaction Security*

Pada variabel *Transaction Security* masih terdapat jawaban tidak setuju pada setiap indikator pernyataan yang artinya pihak Bank Rakyat Indonesia untuk terus mempertahankan konsep *Transaction Security* dengan membuat strategi yang dapat menjaga keamanan dan kepercayaan pada pengguna aplikasi *BRIMobile* agar masyarakat dapat merasa aman pada penggunaan aplikasi *BRIMobile*.

### 3. *Customer Loyalty*

Pada variabel *customer loyalty* masih terdapat jawaban tidak setuju pada setiap indikator pernyataan yang artinya pihak Bank Rakyat Indonesia untuk terus mempertahankan konsep *Customer loyalty* dengan membuat strategi yang dapat menarik perhatian nasabah agar tetap menggunakan aplikasi *BRIMobile*.



### DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2022). *Aplikasi Mobile Banking Terpopuler di Indonesia*.
- Anthony, H. L. (2020). "Faktor Yang Mempengaruhi E-Banking Readiness Pengguna E- Banking Di Jakarta". *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 2. 4, 478.
- Chang, Y. (2002). *Dynamics of banking technology adoption: An application to Internet banking. Working Paper. University of Warwick*.
- Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, S. (2020). Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.
- Gerrard, P. & Cunningham, J. (2003). *The diffusion of Internet banking among Singapore consumers. International Journal of Bank Marketing*,. 21 (1), 16-28.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 67.
- Indah, D. (2016). *Indah, D. (2016). Pengaruh E-Banking dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*,. 545– 554.
- Indah, D. R. (2016). *Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI'46 Cabang Langsa*.
- Istijanto. (2005). "Aplikasi Praktis Riset Pemasaran". Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khasanah. (2019). *PENGARUH KUALITAS JASA BERBASIS TEKNOLOGI E-BANKING TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS CUSTOMER PERBANKAN*. 61.
- Kwik Cynthia Yuliani. (2022). *PENGARUH E-BANKING, KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS KOMUNIKASI TERHADAP LOYALITAS NASABAH*. 01.
- Lee, E. and J. L. (2001). *Consumer adoption of Internet banking: Need-based and/or skill based? Marketing Management Journal, Spring. Consumer adoption of Internet banking: Need-based and/or skill based? Marketing Management Journal, Spring*.
- Lovelock, C. & Wirtz, n.d. (2010). *services*.
- Lutfiani, R. (2021). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL (E-BANKING) DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA BMT UGT NUSANTARA CAPEM JEMBER KOTA*.
- Muhammad, P. N. (2021). *Pengaruh Harga, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Halodoc Ditengah Kondisi Pandemi COVID-19)*.
- Mukherjee, A. and Nath, P. (2003). *Mukherjee, A. and Nath, P. 2003. A Model of Trust in Online Relationship Banking. The International Journal Of Bank Marketing Bradford*,. 21.
- Mukherjee, Al. Natt, P. (2003). *A Model of Trust in Online Relationship Banking The International. Journal of Bank Marketing Bradford*, 21(1), 5.
- Oliver, R. (1999). *Whence Customer Loyalty? Journal of Marketing*, 63, 33–44.

- Oliver, R. L. (1980). Oliver, R.L., 1980. A Cognitive Model for Antecedents and Consequences of Satisfaction. In *A Cognitive Model for Antecedents and Consequences of Satisfaction*.
- Poon, W. C. (2008). *Users Adoption of E-banking Services: The Malaysian Perspective*. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 23(1). 23, 59–69.
- Puspitarisa, G. I. (2020). “Pengaruh E-Customer Relationship Management (e-Crm) Dan e-Banking Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri). 1–90. <http://etheses.uin-malang.ac.id/23235/1/16540001.pdf>.
- Ramadhani, A. (2019). *Pengaruh Fasilitas E-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Unit Simpang Limun Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variable Intervening*.
- Roca, J.C., J. G. and J. de la V. (2009). *The Importance of Perceived Trust, Security and Privacy in Online Trading Systems*. *Information Management & Comp.*
- Salhieh, J. A. dan N. H. (2011). “The assessment of e-banking readiness in Jordan”, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*. 329.
- Sazhia., W. K. (2019). W. Khan Sazhia. (2019). Cyber Security Issues and Challenges in E-Commerce. In *Cyber Security Issues and Challenges in E-Commerce*.
- Selnes. (1993). “An Examination of the Effect of product performance on brand reputation, satisfaction and loyalty” *European journal of marketing*. 27(9), 19–35.
- Shergill, G.S. and Li, B. (2005). Shergill, G.S. and Li, B. 2005. *Internet Banking- An Empirical Investigation Of Customer’s Behaviour for online Banking in New Zealand (online)*.
- Siagian, A. O. (2021). *Lembaga-lembaga Keuangan dan Perbankan: Pengertian, Tujuan dan Fungsinya*. Solok : ICM Publisher.
- Sindiah, S., & Rustam, T. A. (2023). *Pengaruh Keamanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce Pada Facebook*. *ECo-Buss.*, 6(1), 42–52.
- Singh, D. A. P., & Thakur, S. (2012). Impact of service quality on customer satisfaction and loyalty: in the context of retail outlets in DB City Shopping Mall Bhopal. *Internasional Journal of Management Research and Review*, 2(2), 334–344.
- Sudarwanto, Lukitaningsih, & M. (2021). Pengaruh keamanan, kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14.
- Sugiyono. (2011). “metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D”. *bandun:afabeta*.
- Surbakti, N., & Widayarni, M. (2010). *Pengaruh Service Recovery Pada Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus Auto2000 Bandung*. *Jurnal Administrasi Bisnis Unpar.*, 26-46.
- Tampubolon, N. (2015). Bijak Ber-ebanking. In *Bijak Ber-ebanking*. [https://www.ojk.go.id/Files/box/buku\\_bijak\\_ber-ebanking.pdf](https://www.ojk.go.id/Files/box/buku_bijak_ber-ebanking.pdf).

- Tideswell. (2005). *Loyalty behavior and relationship commitment toward hotel services carmen tideswell, Southern Cross University*. 80–86.
- Triyogo, A. (2022). *Pengaruh Elektronik Banking (E-Banking) Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Nasabah*.
- Xavier, E. M. A., Lopes, A., & Camara, U. (2015). *Web Service For Positional Quality Assessment: The WPS Tier*. 2(3), 257–262.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.j., Gremler, D. D. (2009). *Service Marketing, New York, Amerika: The McGraw. Hill Companies*.



## Lampiran 5. 1 Kuesioner Penelitian

**LAMPIRAN  
KUISIONER  
PENGARUH PENGGUNAAN *E-BANKING* DAN *TRANSACTION  
SECURITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA  
PENGGUNAAN APLIKASI *BRI-MOBILE*  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Di Desa Tembung kecamatan Percut Sei  
Tuan)**

Halo pertama tama saya ingin memperkenalkan diri kepada nasabah pengguna BRI-Mo yang bertepatan di desa Tembung, saya Natasya Rahma Sari dengan NPM 208320076 mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Medan Area dalam penyusunan skripsi untuk menyelesaikan program studi strata S1. Kuisioner ini merupakan kuisioner yang penulis susun dalam rangka pelaksanaan penelitian. Saya mengharapkan kesediaan dan partisipasi saudara/i untuk mengisi kuisioner ini hanya digunakan untuk penelitian dan kepentingan akademik. Kerahasiaan informasi identitas saudara/i dan hasil kuisisionernya akan dijaga sesuai dengan kode etik penelitian. Dengan ini saya mohon ketersediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini. Atas perhatian saya ucapkan terima kasih.

### A. Profil responden

1. Nama
2. Jenis kelamin
3. Umur
4. Lama pemakaian aplikasi BRI-Mo
  - a. <1bulan



- b. 1bulan
  - c. >1bulan
5. Profesi
- a. Mahasiswa
  - b. Pelajar
  - c. PNS
  - d. Karyawan perusahaan
  - e. Wiraswasta
  - f. Lainnya

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah pernyataan secara teliti
2. Isilah jawaban dengan sejujurnya dan memberikan tanda (✓) pada salah satu kotak sesuai dengan jawaban anda.
3. Terdapat 5 opsi pengisian jawaban yaitu:
  - 1) Sangat Tidak Setuju (STS)
  - 2) Tidak Setuju (TS)
  - 3) Kurang Setuju (KS)
  - 4) Setuju (S)
  - 5) Sangat Setuju (SS)



## DAFTAR PERNYATAAN

### 1. Variabel *Penggunaan E-Banking* (X1)

<i>Penggunaan E-Banking</i> (X1)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	saya dapat mengandalkan e-banking BRImo sebagai sarana yang efektif untuk melakukan berbagai transaksi perbankan secara online tanpa khawatir kegagalan sistem ataupun kehilangan data.					
2	saya merasa kehandalan aplikasi BRImo dapat memberikan akses yang stabil tanpa adanya gangguan atau downtime.					
3	dengan aplikasi BRImo saya dapat mengakses informasi rekening secara tepat waktu, termasuk saldo, riwayat transaksi, dan pembayaran tagihan.					
4	dengan mudah saya mengakses layanan perbankan di berbagai perangkat baik smartphone maupun tablet dimanapun dan kapanpun					
5	saya merasa terbantu dengan adanya aplikasi BRImo dengan desain website yang memudahkan saya untuk menemukan fitur fitur yang saya butuhkan tanpa kesulitan.					
6	dengan desain website e-banking BRImo dapat membantu saya dalam menciptakan pengalaman yang menyenangkan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan saya terhadap layanan perbankan digital.					

### 2. variabel *Transaction security* (X2)

Transaction Security (X2)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	saya tertarik menggunakan e banking BRI karena dapat mengukur keamanan dalam melindungi informasi dan transaksi nasabah.					
2	Bank BRI selalu menawarkan berbagai macam janji keamanan pada pengguna aplikasi BRImo.					
3	Bank BRI berkomitmen untuk menjaga keamanan data pengguna dengan melindungi informasi pribadi.					
4	Bank BRI selalu memprioritaskan privasi informasi dengan keamanan yang ketat dalam pengembangan dan operasional aplikasi BRImo.					
5	Pada BRImo, bukti transaksi menjadi kunci kesahan dalam bertransaksi yang dilakukan oleh pengguna.					

6	Bukti transaksi juga sangat penting yang bertujuan untuk keamanan dan integritas data keuangan.					
7	Setiap data pribadi nasabah akan dijaga pihak BRI agar dijaga kerahasiaannya untuk digunakan sebagai tujuan yang sah, seperti transaksi keuangan, verifikasi identitas, dan pelayanan pelanggan					
8	BRI tidak akan mengungkapkan atau membagikan data pribadi nasabah kepada pihak ketiga tanpa izin yang jelas dari nasabah, kecuali jika diwajibkan oleh hukum atau regulasi yang berlaku					

### 3. Variabel *Customer Loyalty* (Y)

Customer Loyalty (Y)						
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sudah terbiasa melakukan transaksi di aplikasi BRImo karena nyaman untuk digunakan.					
2	Sudah menjadi kebiasaan saya untuk melakukan transaksi pada aplikasi BRImo karena praktis dan tidak ada gangguan					
3	Saya akan terus menggunakan aplikasi BRImo karena aplikasi ini memudahkan saya untuk melakukan segala transaksi.					
4	Saya akan terus berlangganan menggunakan aplikasi BRImo karena aplikasi ini menggunakan fitur fitur yang menarik					
5	Saya merekomendasi aplikasi BRImo kepada teman saya karena jarang terjadi pembobolan pada aplikasi ini.					
6	Saya sangat merekomendasi aplikasi BRImo kepada orang orang karena aplikasi BRImo sangat aman dan jarang terjadi gangguan.					
7	Saya berkomitmen akan terus menggunakan aplikasi BRImo					
8	Saya akan berkomitmen bahwasannya akan terus menggunakan aplikasi BRImo karena sangat terpercaya.					

➤ **Data Penelitian****Tabulasi jawaban responden Uji Validitas dan Reabilitas**

No responden	Penggunaan <i>E-Banking</i> (X1)						TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	3	4	4	4	4	4	23
2	4	4	5	5	3	5	26
3	3	2	2	3	2	3	15
4	3	5	4	3	5	3	23
5	4	4	4	4	4	4	24
6	5	4	5	4	4	4	26
7	3	3	3	3	3	3	18
8	3	4	3	4	3	3	20
9	5	4	5	5	5	4	28
10	5	4	4	4	5	5	27
11	4	5	5	4	4	4	26
12	5	4	4	4	5	5	27
13	5	4	5	4	4	4	26
14	4	5	4	5	5	4	27
15	5	4	4	5	4	5	27
16	5	4	4	5	4	5	27
17	4	5	5	4	4	4	26
18	5	4	4	5	5	4	27
19	4	5	4	5	5	4	27
20	5	4	5	5	4	4	27
21	4	4	4	4	5	5	26
22	4	5	4	4	4	4	25
23	4	5	4	5	5	4	27
24	5	4	4	4	5	4	26
25	5	5	5	4	4	4	27
26	4	4	4	4	5	5	26
27	5	4	4	4	5	5	27
28	5	4	4	4	5	4	26
29	3	3	4	4	4	3	21
30	4	4	4	4	4	5	25

NO RESPONDEN	<i>Transaction Security (X2)</i>								TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	4	5	4	5	5	5	5	5	38
2	4	4	5	5	5	4	5	4	36
3	4	5	4	5	5	4	4	4	35
4	5	5	4	5	5	4	4	5	37
5	5	5	4	5	5	4	4	5	37
6	3	2	3	3	3	3	2	2	21
7	5	5	5	4	5	4	5	5	38
8	4	5	4	5	5	4	5	4	36
9	5	5	4	5	4	4	5	4	36
10	5	4	4	5	4	5	4	4	35
11	5	5	4	5	4	4	5	4	36
12	4	5	4	4	4	4	3	5	33
13	3	4	5	4	5	4	5	5	35
14	4	5	4	5	4	4	4	5	35
15	4	5	4	5	4	4	5	5	36
16	5	4	4	4	5	4	5	4	35
17	4	4	5	5	4	5	5	5	37
18	5	4	4	5	4	4	4	4	34
19	5	4	4	5	4	3	4	4	33
20	5	4	5	4	4	5	4	3	34
21	5	5	4	5	4	3	4	4	34
22	5	4	3	5	4	4	3	5	33
23	4	5	4	4	4	4	3	5	33
24	5	5	5	5	4	4	5	5	38
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	5	5	5	5	4	4	4	4	36
27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
28	5	5	5	5	5	5	5	5	40
29	5	4	4	4	4	4	4	4	33
30	5	5	5	5	4	5	5	5	39

No responden	<i>Customer Loyalty</i>								Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	4	3	3	4	5	3	3	22
2	5	4	5	4	3	5	5	4	26
3	3	3	2	2	2	3	5	5	15
4	3	4	4	4	3	3	4	5	21
5	4	4	5	4	4	4	4	4	25
6	5	5	5	5	4	5	4	5	29
7	3	3	3	3	3	3	4	4	18
8	3	3	3	3	3	3	4	5	18
9	4	5	4	5	5	5	3	5	28

10	4	4	5	5	4	5	4	5	27
11	4	5	4	5	5	4	5	4	27
12	4	5	5	4	4	5	5	4	27
13	5	4	5	4	5	4	4	4	27
14	4	4	5	5	5	5	5	4	28
15	4	5	5	4	4	5	4	5	27
16	4	5	5	4	4	5	4	5	27
17	5	4	4	5	5	4	4	5	27
18	4	4	5	4	5	4	4	4	26
19	4	5	4	5	4	5	5	5	27
20	5	5	4	4	5	4	4	4	27
21	4	5	4	4	5	5	5	4	27
22	4	4	4	5	5	4	5	5	26
23	4	5	4	4	5	4	4	4	26
24	4	4	5	5	4	4	5	5	26
25	4	5	5	4	5	4	3	3	27
26	4	5	5	4	4	5	5	5	27
27	4	5	4	4	5	5	5	5	27
28	4	4	4	3	3	3	4	5	21
29	4	4	4	4	3	3	4	4	22
30	4	4	5	5	5	4	4	4	27



➤ Hasil Output SPSS Uji Validitas

1. Variabel Penggunaan *E-Banking*

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	X1
P1	Pearson Correlation	1	.201	.527**	.482**	.462*	.593**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.288	.003	.007	.010	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.201	1	.554**	.348	.511**	.183	.651**
	Sig. (2-tailed)	.288		.001	.059	.004	.333	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.527**	.554**	1	.431*	.318	.332	.736**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001		.017	.087	.073	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.482**	.348	.431*	1	.317	.431*	.686**
	Sig. (2-tailed)	.007	.059	.017		.088	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.462*	.511**	.318	.317	1	.383*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.010	.004	.087	.088		.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.593**	.183	.332	.431*	.383*	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.001	.333	.073	.017	.037		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.777**	.651**	.736**	.686**	.721**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

## 2. Variabel Transaction Security

		Correlations								
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson	1	.448	.265	.537**	.197	.266	.293	.222	.566**
	Correlation		*							
	Sig. (2-tailed)		.013	.156	.002	.298	.155	.116	.237	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson	.448	1	.402	.653**	.507**	.329	.505**	.706**	.810**
	Correlation	*		*						
	Sig. (2-tailed)	.013		.028	.000	.004	.076	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson	.265	.402	1	.309	.426*	.542*	.664**	.373*	.692**
	Correlation		*				*			
	Sig. (2-tailed)	.156	.028		.096	.019	.002	.000	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson	.537	.653	.309	1	.400*	.361*	.530**	.512**	.757**
	Correlation	**	**							
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.096		.029	.050	.003	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson	.197	.507	.426	.400*	1	.351	.588**	.494**	.689**
	Correlation		**	*						
	Sig. (2-tailed)	.298	.004	.019	.029		.057	.001	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson	.266	.329	.542	.361*	.351	1	.473**	.416*	.640**
	Correlation			**						
	Sig. (2-tailed)	.155	.076	.002	.050	.057		.008	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson	.293	.505	.664	.530**	.588**	.473*	1	.427*	.794**
	Correlation		**	**			*			
	Sig. (2-tailed)	.116	.004	.000	.003	.001	.008		.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson	.222	.706	.373	.512**	.494**	.416*	.427*	1	.739**
	Correlation		**	*						
	Sig. (2-tailed)	.237	.000	.043	.004	.006	.022	.019		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson	.566	.810	.692	.757**	.689**	.640*	.794**	.739**	1
	Correlation	**	**	**			*			
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

### 3. Variabel Customer Loyalty

		Correlations								TOTAL
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
P1	Pearson	1	.650**	.515**	.650**	.450*	.370*	.588**	.717**	.802**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.013	.044	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson	.650**	1	.445*	1.000**	.237	.222	.706**	.373*	.816**
	Correlation				0**					
	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.000	.207	.237	.000	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson	.515**	.445*	1	.445*	.548**	.604**	.702**	.514**	.789**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.004	.014		.014	.002	.000	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson	.650**	1.000*	.445*	1	.237	.222	.706**	.373*	.816**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014		.207	.237	.000	.043	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson	.450*	.237	.548**	.237	1	.417*	.536**	.477**	.626**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.013	.207	.002	.207		.022	.002	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson	.370*	.222	.604**	.222	.417*	1	.448*	.265	.624**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.044	.237	.000	.237	.022		.013	.156	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson	.588**	.706**	.702**	.706**	.536**	.448*	1	.402*	.828**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.002	.013		.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson	.717**	.373*	.514**	.373*	.477**	.265	.402*	1	.593**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.043	.004	.043	.008	.156	.028		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TO	Pearson	.802**	.816**	.789**	.816**	.626**	.624**	.828**	.593**	1
TA	Correlation									
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

➤ Hasil Output SPSS Uji Reabilitas

1. Variabel Penggunaan *E-Banking*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	6

2. Variabel *Transaction Security*

Cronbach's Alpha	N of Items
0,860	8

3. Variabel *Customer Loyalty*

Cronbach's Alpha	N of Items
0,774	8

Lampiran 5. 2 Lampiran Tabulasi Data Pernyataan

➤ Tabulasi utama jawaban responden

Penggunaan <i>E-Banking</i>							
Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
1	3	4	3	5	3	4	22
2	3	4	3	4	3	3	20
3	4	3	5	3	4	3	22
4	3	4	4	3	4	4	22
5	4	4	4	3	5	3	23
6	5	4	3	4	3	4	23
7	3	5	4	4	4	4	24
8	4	4	4	3	3	3	21
9	3	4	3	4	4	4	22
10	3	4	4	4	3	5	23
11	3	4	4	4	3	3	21
12	4	3	4	3	4	3	21
13	4	4	3	4	3	4	22
14	3	4	4	3	3	4	21
15	3	4	3	4	3	4	21
16	4	4	3	3	3	4	21
17	5	4	4	3	4	4	24
18	4	4	3	4	3	4	22
19	3	4	4	3	5	5	24

20	5	3	4	4	4	4	24
21	4	4	3	4	3	3	21
22	3	4	3	5	4	3	22
23	3	4	4	4	4	3	22
24	5	5	4	4	4	5	27
25	3	4	4	3	4	4	22
26	3	5	4	5	4	4	25
27	4	4	3	4	3	3	21
28	3	4	4	4	4	4	23
29	4	5	4	4	4	4	25
30	5	5	4	4	4	5	27
31	4	4	3	3	5	4	23
32	4	4	3	3	4	4	22
33	3	5	4	4	5	4	25
34	5	5	5	4	3	3	25
35	4	4	3	3	5	5	24
36	5	5	5	5	4	5	29
37	5	5	4	4	4	4	26
38	3	5	4	5	3	5	25
39	5	5	5	5	4	5	29
40	3	3	4	4	3	5	22
41	3	4	5	4	4	5	25
42	3	4	3	4	5	3	22
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	3	2	3	2	3	4	17
46	4	4	4	4	4	4	24
47	3	4	3	3	3	4	20
48	4	4	4	4	3	3	22
49	3	4	5	3	4	5	24
50	3	3	3	3	3	3	18
51	3	3	4	3	3	4	20
52	3	4	3	4	5	4	23
53	5	5	5	5	5	5	30
54	3	5	5	5	5	5	28
55	4	5	3	4	4	4	24
56	3	3	4	4	4	3	21
57	4	4	5	5	4	4	26
58	5	5	5	5	5	5	30
59	3	3	3	3	3	4	19
60	3	4	3	3	4	5	22
61	5	4	5	4	3	5	26
62	3	3	2	2	2	3	15
63	3	4	4	4	3	3	21
64	4	4	5	4	4	4	25
65	5	5	5	5	4	5	29
66	3	3	3	3	3	3	18



67	3	3	3	3	3	3	18
68	4	5	4	5	5	5	28
69	4	4	5	5	4	5	27
70	4	5	4	5	5	4	27
71	4	5	5	4	4	5	27
72	5	4	5	4	5	4	27
73	4	4	5	5	5	5	28
74	4	5	5	4	4	5	27
75	4	5	5	4	4	5	27
76	5	4	4	5	5	4	27
77	4	4	5	4	5	4	26
78	4	5	4	5	4	5	27
79	5	5	4	4	5	4	27
80	4	5	4	4	5	5	27
81	4	4	4	5	5	4	26
82	4	5	4	4	5	4	26
83	4	4	5	5	4	4	26
84	4	5	5	4	5	4	27
85	4	5	5	4	4	5	27
86	4	5	4	4	5	5	27
87	4	4	4	3	3	3	21
88	4	4	4	4	3	3	22
89	4	4	5	5	5	4	27
90	4	3	4	3	4	3	21
91	4	4	5	5	4	4	26
92	4	5	4	5	4	5	27
93	5	4	5	4	4	5	27
94	5	4	5	4	4	5	27
95	4	5	4	4	5	5	27
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	4	5	4	5	5	28
98	5	5	5	5	5	5	30
99	4	5	5	4	4	5	27
100	5	5	5	5	5	5	30
101	3	3	3	3	3	3	18
102	3	3	3	3	3	3	18
103	4	5	4	4	5	5	27
104	4	5	5	4	5	5	28
105	5	4	5	5	4	5	28
106	4	4	4	4	4	4	24
107	4	4	5	5	5	5	28
108	4	4	4	4	4	4	24
109	4	4	5	5	5	5	28
110	4	3	5	5	4	4	25

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
1	5	3	4	4	5	3	3	4	31
2	5	4	3	4	4	5	3	5	33
3	3	4	5	3	4	3	3	4	29
4	3	3	3	3	3	4	4	5	28
5	3	4	4	3	5	4	4	3	30
6	3	3	4	3	3	4	4	4	28
7	4	3	4	3	4	4	4	3	29
8	4	3	3	4	3	5	4	4	30
9	4	5	4	4	5	4	3	3	32
10	4	4	4	4	4	4	4	3	31
11	3	4	3	4	5	3	3	3	28
12	4	3	4	5	3	3	4	3	29
13	4	4	5	3	4	3	3	5	31
14	5	4	3	4	4	4	4	4	32
15	4	4	4	3	4	4	5	4	32
16	4	4	4	5	3	4	4	3	31
17	5	3	3	3	5	4	3	4	30
18	3	5	4	3	5	4	4	3	31
19	4	4	4	4	4	3	3	3	29
20	4	4	3	4	4	4	5	5	33
21	5	4	3	4	4	4	4	4	32
22	3	3	4	5	4	3	4	3	29
23	4	4	4	4	3	3	4	3	29
24	4	5	5	5	4	4	5	5	37
25	4	4	4	3	4	3	3	3	28
26	3	4	5	3	4	4	5	3	31
27	4	5	3	3	3	3	4	3	28
28	3	3	5	3	3	5	4	4	30
29	4	4	4	3	3	3	3	4	28
30	4	4	4	5	5	4	4	5	35
31	3	3	4	4	4	3	4	3	28
32	4	4	4	3	3	4	5	5	32
33	3	5	5	4	3	4	4	3	31
34	4	4	4	3	4	3	4	4	30
35	3	3	4	4	5	5	4	3	31
36	5	5	5	5	5	4	5	5	39
37	4	5	4	4	4	3	4	5	33
38	3	5	4	3	3	5	5	4	32
39	4	4	5	5	5	4	5	5	37
40	4	3	4	5	4	4	4	5	33
41	4	5	5	5	4	5	5	5	38
42	3	5	3	5	5	3	3	5	32
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	3	2	3	2	3	2	3	3	21
46	4	4	4	4	4	4	4	5	33

47	4	3	4	4	5	4	4	4	32
48	4	3	3	3	4	3	4	4	28
49	3	4	5	3	4	5	3	4	31
50	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51	3	3	4	5	4	4	5	3	31
52	5	4	5	5	3	4	5	4	35
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	4	3	4	4	3	5	3	4	30
55	4	4	5	4	5	4	4	4	34
56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	4	4	4	4	4	4	4	5	33
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	3	3	4	5	3	4	5	3	30
60	3	4	4	4	4	4	4	4	31
61	4	4	5	5	3	5	4	3	33
62	3	2	2	3	2	3	4	3	22
63	3	5	4	3	5	3	4	3	30
64	4	4	4	4	4	4	4	4	32
65	5	4	5	4	4	4	4	4	34
66	3	3	3	3	3	3	3	3	24
67	3	4	3	4	3	3	5	4	29
68	5	4	5	5	5	4	5	5	38
69	5	4	4	4	5	5	5	4	36
70	4	5	5	4	4	4	5	4	35
71	5	4	4	4	5	5	5	4	36
72	5	4	5	4	4	4	5	4	35
73	4	5	4	5	5	4	4	5	36
74	5	4	4	5	4	5	5	5	37
75	5	4	4	5	4	5	5	4	36
76	4	5	5	4	4	4	5	5	36
77	5	4	4	5	5	4	4	5	36
78	4	5	4	5	5	4	4	4	35
79	5	4	5	5	4	4	4	4	35
80	4	4	4	4	5	5	5	4	35
81	4	5	4	4	4	4	4	4	33
82	4	5	4	5	5	4	4	4	35
83	5	4	4	4	5	4	5	4	35
84	5	5	5	4	4	4	4	5	36
85	4	4	4	4	5	5	5	4	35
86	5	4	4	4	5	5	5	4	36
87	5	4	4	4	5	4	3	3	32
88	3	3	4	4	4	3	4	5	30
89	4	4	4	4	4	5	4	5	34
90	4	4	4	5	4	4	4	5	34
91	4	4	4	5	4	5	4	5	35
92	5	4	4	5	5	4	4	4	35
93	5	4	4	5	5	4	5	4	36

94	4	4	5	5	4	4	4	5	35
95	5	4	4	5	5	4	4	5	36
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	4	4	4	4	5	5	5	5	36
99	5	4	5	4	4	5	4	5	36
100	4	4	4	5	5	4	3	4	33
101	4	5	4	4	4	4	4	4	33
102	5	5	5	5	5	5	5	5	40
103	4	4	5	4	5	5	4	4	35
104	4	4	5	4	5	4	5	4	35
105	4	5	5	5	4	5	4	5	37
106	4	4	4	4	4	4	4	4	32
107	5	5	5	5	5	5	5	5	40
108	5	5	4	5	4	5	4	5	37
109	5	5	4	4	5	5	4	5	37
110	3	4	4	5	5	5	3	4	33

<i>Customer Loyalty</i>									
<b>Responden</b>	<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>P6</b>	<b>P7</b>	<b>P8</b>	<b>TOTAL</b>
1	3	4	4	3	3	4	4	4	29
2	4	3	3	5	3	4	3	5	30
3	3	4	4	3	3	4	3	4	28
4	4	4	4	4	3	3	5	3	30
5	4	3	4	4	4	3	3	3	28
6	3	4	4	4	4	3	4	3	29
7	3	4	3	3	4	3	4	4	28
8	3	3	3	4	4	3	3	5	28
9	4	4	3	3	3	4	3	3	27
10	3	5	4	3	3	4	4	4	30
11	3	3	4	4	4	3	3	3	27
12	3	4	4	5	3	3	4	4	30
13	4	3	5	3	4	4	3	3	29
14	4	3	4	3	4	3	3	4	28
15	4	4	4	3	5	5	3	3	31
16	4	4	4	4	5	5	4	4	34
17	4	3	4	3	3	4	4	3	28
18	3	4	4	3	4	4	3	4	29
19	4	3	5	4	3	3	3	4	29
20	5	3	4	5	5	5	5	3	35
21	3	4	4	4	4	4	3	3	29
22	4	4	4	3	3	4	4	4	30
23	4	5	3	3	5	3	4	3	30
24	4	4	4	4	5	5	5	5	36
25	4	5	4	4	4	4	4	4	33
26	5	5	5	4	4	4	4	5	36
27	4	4	4	4	3	4	5	4	32

28	3	5	5	4	5	4	3	3	32
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40
30	5	5	4	3	3	3	4	4	31
31	4	4	5	4	4	3	4	4	32
32	4	4	4	3	4	3	4	4	30
33	5	5	5	4	4	5	4	5	37
34	4	5	3	5	5	5	5	5	37
35	3	4	5	4	5	3	4	3	31
36	5	4	4	4	5	5	5	5	37
37	4	4	3	4	4	4	5	5	33
38	4	4	4	5	5	3	4	4	33
39	5	5	4	5	5	5	5	5	39
40	3	3	4	3	5	4	4	5	31
41	4	5	3	4	5	5	5	5	36
42	5	5	3	5	4	5	5	5	37
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	3	4	3	3	4	3	3	3	26
46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	3	3	3	5	5	3	30
48	4	4	3	4	4	3	4	5	31
49	3	4	5	3	4	5	3	4	31
50	3	3	3	3	3	3	3	3	24
51	5	3	4	4	3	5	4	5	33
52	4	3	5	3	4	4	4	3	30
53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
54	3	5	4	4	3	5	4	3	31
55	4	5	4	5	5	5	4	5	37
56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	4	4	4	4	5	3	4	4	32
58	5	5	5	5	5	5	5	5	40
59	4	3	3	3	3	3	3	3	25
60	4	3	4	3	3	4	4	4	29
61	3	3	5	5	5	5	4	5	35
62	3	3	3	2	2	2	3	3	21
63	5	4	2	3	3	2	5	4	28
64	4	4	5	5	5	5	5	5	38
65	5	5	4	4	5	5	5	4	37
66	3	3	3	3	3	3	3	3	24



67	3	3	3	4	4	3	4	5	29
68	5	5	4	5	5	5	5	5	39
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	5	5	4	4	4	5	5	4	36
71	4	4	5	5	4	4	5	5	36
72	5	4	5	4	4	5	5	5	37
73	5	5	4	4	5	5	5	4	37
74	4	4	5	4	5	4	4	5	35
75	5	4	4	5	5	4	5	5	37
76	4	5	5	4	4	4	5	5	36
77	5	4	5	5	5	5	5	4	38
78	5	4	4	4	4	5	4	4	34
79	5	4	4	5	4	4	4	5	35
80	4	4	4	4	4	4	5	4	33
81	5	5	4	4	5	5	4	4	36
82	5	4	5	5	4	5	5	5	38
83	4	5	5	4	4	4	5	5	36
84	4	4	4	5	5	4	5	4	35
85	5	4	4	4	4	4	4	5	34
86	4	5	4	5	4	4	4	4	34
87	5	4	4	5	4	4	3	4	33
88	4	5	5	4	4	5	4	4	35
89	4	4	5	4	5	4	5	4	35
90	4	4	4	5	4	5	4	4	34
91	5	4	4	4	4	4	4	5	34
92	4	4	4	5	4	4	5	4	34
93	5	4	4	4	5	4	5	5	36
94	5	4	4	4	5	4	4	4	34
95	5	4	4	5	5	5	5	5	38
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40
97	5	5	5	5	5	5	5	5	40
98	4	4	4	4	5	5	4	5	35
99	5	4	5	4	5	5	4	5	37
100	4	4	5	5	4	5	5	5	37
101	4	4	4	4	4	4	4	4	32
102	4	4	4	4	4	5	4	5	34
103	4	4	4	4	5	5	5	5	36
104	5	5	4	5	5	5	4	4	37
105	4	5	5	4	5	5	5	5	38
106	4	4	4	4	4	4	4	4	32
107	5	5	5	5	5	5	5	5	40
108	5	4	4	4	4	5	4	4	34
109	5	5	5	5	5	5	5	5	40
110	4	5	4	5	4	3	4	4	33

### ➤ Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

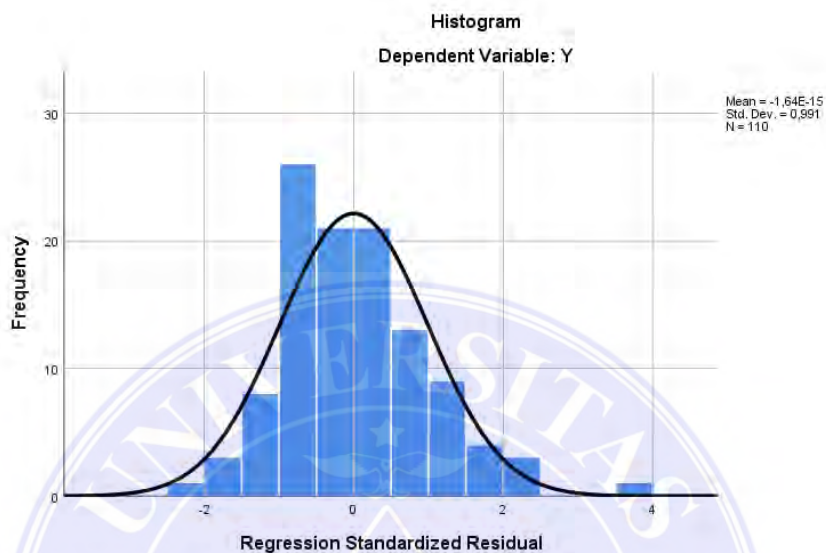
Document Accepted 3/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

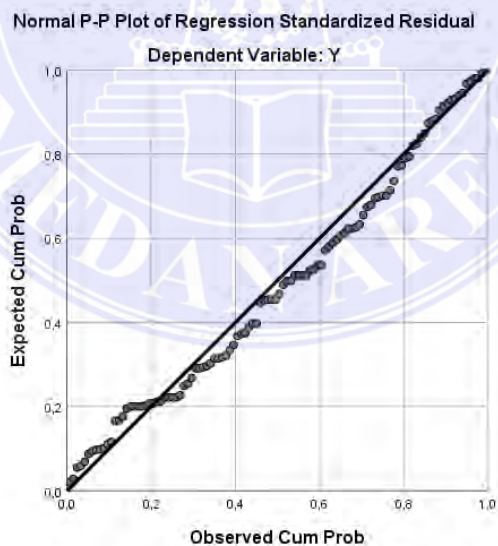
Access From (repository.uma.ac.id)3/12/24

## 1. Uji Normalitas

### a. Histogram



### b. Normal P-plot

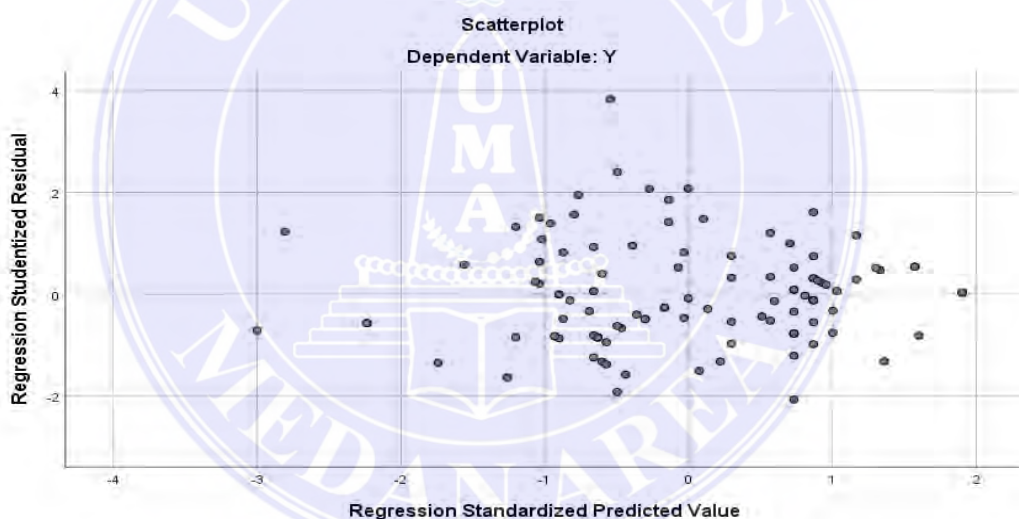


## 2. Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,317	1,936		1,714	,089		
	penggunaan e-banking	,582	,100	,457	5,813	,000	,453	2,206
	transaction security	,479	,085	,440	5,603	,000	,453	2,206

## 3. Uji Heteroskedastisitas



## Lampiran 7

### Hasil Output SPSS Teknik Analisis

#### 1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

##### Coefficient<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,317	1,936		1,714	,089
	penggunaan e-banking	,582	,100	,457	5,813	,000
	transaction security	,479	,085	,440	5,603	,000

Dependent variable: *Customer Loyalty*

#### ➤ Hasil output uji hipotesis

##### 1. Uji Parsial (Uji-t)

##### Coefficient<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,317	1,936		1,714	,089
	penggunaan e-banking	,582	,100	,457	5,813	,000
	transaction security	,479	,085	,440	5,603	,000

Dependent variable: *Customer Loyalty*

#### ➤ Hasil output koefisien determinasi


##### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,837 <sup>a</sup>	,700	,695	2,337

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Dependent Variable: Y

## Lampiran 5.3 Lampiran Surat Izin Penelitian



## UNIVERSITAS MEDAN AREA

### FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas.ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 1867 / FEB / 01.1/ VII / 2024 9 Juli 2024  
Lamp : -  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**Kepala Desa Tembung**

Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudara, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :


**N a m a** : NATASYA RAHMA SARI  
**NPM** : 208320076  
**Program Studi** : Manajemen  
**Judul** : Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Transaction Security Terhadap Customer Loyalty pada Penggunaan Aplikasi BRI-Mobile (Studi Kasus pada Masyarakat di Desa Tembung)

Untuk diberi surat izin mengambil data pada kantor yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

**A.n Kaprodi**  
**Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi**  
**Program Studi Manajemen**




**Alfio, SE, M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal



### Lampiran 5. 4 Lampiran Surat Izin Penelitian



**PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG**  
**KECAMATAN PERCUT SEI TUAN**  
**DESA TEMBUNG**

Alamat : Jl. Balai Umum Desa Tembung Kode Pos : 20371

Nomor : 071/ 3423  
 Sifat : Biasa.  
 Lampiran : -  
 Perihal : Izin Research / Survey

Tembung, 11 Juli 2024

Kepada Yth. :  
 Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi  
 Program Studi Manajemen  
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
 Universitas Medan Area  
 di -


Tempat

Sehubungan dengan surat Saudara Nomor : 1867/FEB/01.1/VII/2024 Tanggal 9 Juli 2024 Perihal Izin Research / Survey, kepada mahasiswa :

Nama : NATASYA RAHMA SARI  
 NPM : 208320076  
 Program Studi : Manajemen  
 Judul : Pengaruh Penggunaan E-Banking dan Transaction Security Terhadap Costumer Loyalty pada Penggunaan Aplikasi BRI-Mobile (Studi Kasus pada Masyarakat di Desa Tembung).

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, dengan ini kami memberikan izin untuk melaksanakan Research / Survey di Kantor Desa Tembung kepada nama yang tertera di atas, dengan mematuhi peraturan yang berlaku.

Demikian Surat ini dibuat, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.



KEPALA DESA TEMBUNG  
 KECAMATAN PERCUT SEI TUAN

MISMAN