

**ANALISIS PENGARUH MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI *CARDLESS*
BSI TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

(Studi Empiris Nasabah BSI Kabupaten Cilacap)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

ADIATI NUR PRATIWI
NIM. 2017202280

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adiati Nur Pratiwi
NIM : 2017202280
Jenjang : S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Syariah
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Model UTAUT Pada Transaksi
Cardless BSI Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan
Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi.

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sebelumnya.

Purwokerto, 23 Mei 2024

Saya yang menyatakan,



Adiati Nur Pratiwi

NIM. 2017202280



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS PENGARUH MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI CARDLESS
BSI TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Yang disusun oleh Saudara **Adiati Nur Pratiwi NIM 2017202280** Program Studi **S-1 Perbankan Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Kamis, 20 Juni 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Parro, S.E., M.S.I.

NIP. 19771128 201101 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Ryan Fahmi Hikmat, S.E., M.M.

NIP. 19920328 202012 1 005

Pembimbing/Penguji

Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

NIP. 19930309 202321 2 043

Purwokerto, 20 Juni 2024

Ditandatangani

Dekan,



Dr. H. Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Adiati Nur Pratiwi NIM 2017202280 yang berjudul :

**ANALISIS PENGARUH MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI *CARDLESS*
BSI TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syariah (S.E).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 13 Mei 2024

Pembimbing



Akhris Fuadatis Sholikha, S.E., M.Si.

NIP. 19930309 202321 2 043

MOTTO

Semua yang kau bayangkan adalah nyata.

هَلْ جَزَاءُ الْإِحْسَانِ إِلَّا الْإِحْسَانُ

“Tidak ada balasan untuk kebaikan selain kebaikan (pula).”

(Q.S. Ar-Rahman : 60)



**ANALISIS PENGARUH MODEL UTAUT PADA TRANSAKSI *CARDLESS*
BSI TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Adiati Nur Pratiwi

2017202280

E-mail : adiatinurpratiwi16@gmail.com

**Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Puwokerto**

ABSTRAK

Cardless merupakan transaksi tarik tunai tanpa menggunakan kartu fisik ATM sama sekali, saat melakukan transaksi yang dibutuhkan hanya mengingat pin. Pertumbuhan penggunaan fitur *cardless* yang terus meningkat, menandakan bahwa fitur tersebut membawa pengaruh kepada penggunanya. Pengaruh tersebut dapat dilihat dari beberapa faktor yaitu *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna. Penelitian ini menunjukkan pengaruh dari faktor-faktor tersebut terhadap loyalitas nasabah pengguna fitur *cardless* BSI di Kabupaten Cilacap.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah nasabah pengguna BSI *Mobile* di Kabupaten Cilacap, dengan sampel penelitian nasabah BSI yang menggunakan fitur *cardless* sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Adapun analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis/MRA*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *effort expectancy* dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*, sedangkan variabel *performance expectancy* dan *social influence* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*, dan *effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi sedangkan *performance expectancy* dan *social influence* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi.

Kata Kunci : *Cardless*, *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, kepuasan pengguna, loyalitas nasabah

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE UTAUT MODEL ON BSI
CARDLESS TRANSACTIONS ON CUSTOMER LOYALTY WITH USER
SATISFACTION AS A MODERATION VARIABLE***

Adiati Nur Pratiwi
2017202280

E-mail : adiatinurpratiwi16@gmail.com

***Sharia Banking Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business,
State Islamic University Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto***

ABSTRACT

Cardless is a cash withdrawal transaction without using a physical ATM card at all, when making a transaction you only need to remember the pin. The growth in use of the cardless feature continues to increase, indicating that this feature has an influence on its users. This influence can be seen from several factors, namely performance expectancy, effort expectancy, social influence, and user satisfaction. This research shows the influence of these factors on customer loyalty using the BSI cardless feature in Cilacap Regency.

This research uses quantitative research methods. The population in this research is customers who use BSI Mobile in Cilacap Regency, with a research sample of BSI customers who use the cardless feature of 100 respondents. Sampling was taken using purposive sampling technique. The data collection technique in this research used a questionnaire. The analysis used in this research is the Interaction Test (Moderated Regression Analysis/MRA).

The research results show that the effort expectancy and user satisfaction variables influence customer loyalty in using cardless transactions, while the performance expectancy and social influence variables do not influence customer loyalty in using cardless transactions, and effort expectancy influences customer loyalty in using cardless transactions and user satisfaction as a moderating variable while performance expectancy and social influence have no effect on customer loyalty in using cardless transactions with user satisfaction as a moderating variable.

***Keywords : Cardless, performance expectancy, effort expectancy, social
influence, kepuasan pengguna, loyalitas nasabah***

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada surat keputusan bersama antara menteri agama dan menteri pendidikan dan kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543 b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Nama |
|------------|----------------|--------------------|----------------------------|
| ا | <i>Alif</i> | tidak dilambangkan | tidak dilambangkan |
| ب | <i>ba'</i> | B | Be |
| ت | <i>Ta'</i> | T | Te |
| ث | <i>sa</i> | S | es (dengan titik diatas) |
| ج | <i>Jim</i> | J | Je |
| ح | <i>ha</i> | H | ha (dengan garis di bawah) |
| خ | <i>Kha'</i> | Kh | ka dan ha |
| د | <i>Dal</i> | D | De |
| ذ | <i>Zal</i> | Z | zet (dengan titik di atas) |
| ر | <i>Ra'</i> | R | Er |
| ز | <i>Zai</i> | Z | Zet |
| س | <i>Sin</i> | S | Es |
| ش | <i>Syin</i> | Sy | es dan ye |
| ص | <i>Sad</i> | S | es (dengan garis di bawah) |
| ض | <i>D'ad</i> | D | de (dengan garis di bawah) |
| ط | <i>Ta</i> | T | te (dengan garis di bawah) |
| ظ | <i>za</i> | Z | zet (dengan garis dibawah) |
| ع | <i>'ain</i> | ' | koma terbalik ke atas |
| غ | <i>Gain</i> | G | Ge |
| ف | <i>Fa</i> | F | Ef |
| ق | <i>Qaf</i> | Q | Qi |
| ك | <i>Kaf</i> | K | Ka |
| ل | <i>Lam</i> | L | 'el |
| م | <i>Mim</i> | M | 'em |
| ن | <i>Nun</i> | N | 'en |
| و | <i>Waw</i> | W | W |
| ه | <i>Ha'</i> | H | Ha |
| ء | <i>Hamzah'</i> | .. | Apostrof |
| ي | <i>Ya'</i> | Y | Ye |

B. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap

| | | |
|-----|---------|--------|
| عده | Ditulis | 'iddah |
|-----|---------|--------|

C. Ta Marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

| | | | | | |
|------|---------|--------|------|---------|--------|
| حكمة | Ditulis | Hikmah | جزية | Ditulis | Jizyah |
|------|---------|--------|------|---------|--------|

(Ketentuan ini tidak dapat diperlukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendako lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

| | | |
|----------------|---------|--------------------|
| كرامة الاولياء | Ditulis | Karamah al-auliya' |
|----------------|---------|--------------------|

2. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t.

| | | |
|------------|---------|---------------|
| زكاة الفطر | Ditulis | Zakat al-fitr |
|------------|---------|---------------|

D. Vokal pendek

| | | | |
|----|--------|---------|---|
| ◌َ | Fathah | Ditulis | A |
| ◌ِ | Kasrah | Dituis | I |
| ◌ُ | Dammah | Ditulis | U |

E. Vokal panjang

| | | | |
|----|--------------------|---------|-----------|
| 1. | Fathah + alif | Ditulis | A |
| | جاهلية | Ditulis | Jahiliyah |
| 2. | Fathah + ya' mati | Ditulis | A |
| | تنس | Ditulis | Tansa |
| 3. | Kasrah + ya' mati | Ditulis | I |
| | كريم | Ditulis | Karim |
| 4. | Dammah + wawu mati | Ditulis | U |
| | فروض | Ditulis | Furud |

F. Vokal rangkap

| | | | |
|----|--------------------|---------|----------|
| 1. | Fathah + ya' mati | Ditulis | Ai |
| | بينكم | Ditulis | Bainakum |
| 2. | Fathah + wawu mati | Ditulis | Au |
| | قول | Ditulis | Qaul |

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

| | | |
|-------|---------|----------|
| أأنتم | Ditulis | a''antum |
| أأعدت | Ditulis | u''iddat |

H. Kata sidang alif + lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah

| | | |
|--------|---------|-----------------|
| القياس | Ditulis | <i>Al-qiyas</i> |
|--------|---------|-----------------|

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

| | | |
|--------|---------|-----------------|
| السماء | Ditulis | <i>As-sama'</i> |
|--------|---------|-----------------|

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

| | | |
|-----------|---------|------------|
| ذو الفروض | Ditulis | <i>Za'</i> |
|-----------|---------|------------|



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil'alamin, segala puji bagi Allah Swt. yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Model UTAUT Pada Transaksi *Cardless* BSI Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi”. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad saw., beserta keluarga, sahabat serta pengikutnya yang membawa umatnya dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang.

Dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa telah banyak doa, dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Chandra Warsito, M.Si., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Hastin Tri Utami, S.E.,M.Si., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. Akhris Fuadatis Sholikha, S.E.,M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi, Terimakasih telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

9. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sa'roni dan Ibu Sri Murtiningsih. Terimakasih atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang selalu diberikan. Semoga selalu diberikan perlindungan dan keberkahan oleh Allah Swt.
10. Saudara kandung perempuan tersayang, Eka Rizki Nur Fitriani, S.Pd.I., Isna Nur Fadhilah, S.Sos., dan Amelia Luvatif Ramadani yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan doa serta menjadi pendengar yang baik.
11. Eyang puteri tersayang, Adminah beserta keluarga besar yang selalu membantu baik secara moril maupun materil. Terimakasih penulis ucapkan, semoga selalu dalam lindungan Allah Swt.
12. Sahabat seperjuangan diperkuliahan, Anisa Nur Fadlilah, Silvia Khoerunnisa Effendi, dan Syarrah Nur Azizah Husain yang selalu memberikan doa dan dukungan baik senang maupun susah. Terimakasih karena selalu ada dan menjadi pendengar yang baik, semoga Allah Swt. selalu memberkahi langkah kalian, sahabatku.
13. Teman-teman KKN Desa Penakir 173, Azrila Lael, Khuliya Badingatul Qiromah, dan Nur Azizah. Terimakasih sudah hadir dan menjadi teman terbaik yang selalu memberikan doa dan semangat.
14. Teman-teman Perbankan Syariah F Angkatan 2020. Terimakasih kepada kalian telah membersamai masa perkuliahan dengan penuh warna.
15. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat disebut satu persatu. Semoga hal-hal baik selalu menyertai.
16. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, and I wanna thank me for always being giver. May Allah Swt. always forgive me and bless my life journey. Aameen.*

Semoga Allah Swt. selalu memberikan Rahmat serta Ridho kepada semua pihak yang telah memberi dukungan. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritikdan saran untuk skripsi ini menjadi lebih baik.

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------|--|
| Tabel 1. 1 | : Survey Pendahuluan pada Nasabah BSI Kabupaten Cilacap |
| Tabel 2. 1 | : Penelitian Terdahulu |
| Tabel 3. 1 | : Variabel dan Indikator Penelitian |
| Tabel 4. 1 | : Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap |
| Tabel 4. 2 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin |
| Tabel 4. 3 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia |
| Tabel 4. 4 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan |
| Tabel 4. 5 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir |
| Tabel 4. 6 | : Hasil Uji Validitas Variabel <i>Performance Expectancy</i> |
| Tabel 4. 7 | : Hasil Uji Validitas Variabel <i>Effort Expectancy</i> |
| Tabel 4. 8 | : Hasil Uji Validitas Variabel <i>Social Influence</i> |
| Tabel 4. 9 | : Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah |
| Tabel 4. 10 | : Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna |
| Tabel 4. 11 | : Hasil Uji Reliabilitas |
| Tabel 4. 12 | : Hasil Uji Statistik <i>Kolmogorof Smirnov</i> |
| Tabel 4. 13 | : Hasil Uji Multikolinearitas |
| Tabel 4. 14 | : Hasil Uji t (Parsial) |
| Tabel 4. 15 | : Hasil Uji F (Simultan) |
| Tabel 4. 16 | : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) |
| Tabel 4. 17 | : Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> Model 1 |
| Tabel 4. 18 | : Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> Model 2 |
| Tabel 4. 19 | : Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> Model 3 |

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2. 1 : Model UTAUT
Gambar 2. 2 : Kerangka Berpikir
Gambar 4. 1 : Uji Normalitas Histogram
Gambar 4. 2 : Uji Normalitas *P-plot*
Gambar 4. 3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas



DAFTAR ISI

| | |
|---|-------------|
| HALAMAN JUDUL | |
| PERNYATAAN KEASLIAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING | iv |
| MOTTO | v |
| ABSTRAK | vi |
| PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA | viii |
| KATA PENGANTAR | xi |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR ISI | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Manfaat Penelitian | 9 |
| E. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| A. Kajian Teori | 11 |
| 1. <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i> (UTAUT)..... | 11 |
| 2. Fitur <i>Cardless</i> | 16 |
| 3. Loyalitas Nasabah | 18 |
| 4. Kepuasan Pengguna | 21 |
| B. Kajian Pustaka..... | 22 |
| C. Kerangka Berpikir..... | 28 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 29 |
| E. Landasan Teologis | 34 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 36 |
| A. Jenis Penelitian..... | 36 |

| | |
|---|------------|
| B. Sumber Data Penelitian..... | 36 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian | 36 |
| D. Populasi dan Sampel Penelitian | 37 |
| E. Variabel dan Indikator Penelitian..... | 38 |
| F. Teknik pengumpulan data Penelitian | 41 |
| G. Teknik Analisis Data Penelitian..... | 42 |
| BAB IV PEMBAHASAN..... | 52 |
| A. Gambaran Umum Penelitian | 52 |
| B. Gambaran Umum Responden | 53 |
| C. Pengujian dan Hasil Analisis Data Penelitian | 56 |
| D. Pembahasan Hasil Analisis Data..... | 70 |
| BAB V PENUTUP..... | 83 |
| A. Kesimpulan | 83 |
| B. Saran..... | 84 |
| DAFTAR PUSTAKA | 85 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 89 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | 126 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan sistem informasi dan teknologi pada bidang keuangan lebih memudahkan dalam pelaksanaan kegiatan transaksi secara lebih efektif dan efisien, seperti penggunaan kartu ATM yang kini banyak digunakan dalam bertransaksi. ATM (*Automatic Teller Machine*) adalah mesin atau perangkat telekomunikasi elektronik yang dioperasikan untuk melakukan transaksi keuangan seperti menyetor atau menarik uang tunai dari bank oleh nasabah tanpa bantuan petugas bank atau teller. ATM memberikan layanan sepanjang waktu dan terdapat di banyak lokasi yang strategis dan nyaman, baik itu di area kantor bank ataupun di luar bank (Sodik et al., 2022).

Saat ini upaya peningkatan terhadap layanan dalam kartu ATM pada awal penggunaannya yaitu dengan menggunakan kartu fisik ATM masih terus dilakukan karena kebutuhan transaksi terhadap uang *cash* dapat dibutuhkan kapanpun dan dimanapun, penggunaan ATM pada saat ini sangat dibutuhkan oleh para nasabah. Namun seringkali penggunaan kartu ATM pada saat bertransaksi juga mempunyai beberapa risiko yaitu kehilangan kartu ATM, kerusakan, ataupun masuk ke dalam mesin ATM, sehingga dibutuhkan inovasi baru yang dapat meminimalisir risiko dan demi terwujudnya kualitas layanan jasa yang maksimal bagi nasabah (Khoiriyah & Putra, 2022).

Pada Bank Syariah Indonesia (BSI) *mobile banking* merupakan salah satu inovasi teknologi dan layanan informasi pada bidang transaksi keuangan (*financial technology*). *Mobile banking* merupakan suatu metode melakukan transaksi perbankan lewat aplikasi yang bisa di *download* dan digunakan pada *smartphone* melalui internet. Berdasarkan data bankbsi.co.id tahun 2023, tercatat bahwa jumlah pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia (BSI *Mobile*) sampai dengan kuartal I 2023 telah menjangkau 5,18 juta pengguna, terdapat kenaikan sebanyak 37% per tahun.

Salah satu fitur terbaru di aplikasi *m-banking* Bank Syariah Indonesia adalah transaksi tarik tunai tanpa kartu (*cardless transaction*). *Cardless* merupakan metode transaksi keuangan tanpa menggunakan kartu ATM, yang diperlukan nasabah pada saat bertransaksi hanya aplikasi BSI *Mobile* dan mengingat PIN atau kode yang diberikan oleh aplikasi pada saat hendak bertransaksi. Transaksi dengan penggunaan fitur layanan *cardless* tidak memiliki resiko kehilangan atau kerusakan pada kartu ATM. Secara teoritis *Cardless transaction* masih belum banyak diteliti, namun era *cardless* kini selangkah lebih maju dibandingkan era *cashless*.

Transaksi *cardless* adalah pemakaian mesin ATM yang tidak perlu menggunakan kartu ATM, melainkan cukup menggunakan fitur khusus pada mesin ATM guna memulai aktifitas transaksi. Nasabah yang melakukan transaksi *cardless* melalui mesin ATM akan memperoleh kode transaksi dari aplikasi BSI *mobile* yang berguna untuk membuka mesin ATM dengan tampilan menu transaksi tanpa kartu, kemudian nasabah akan diharuskan untuk mengisi nomor telepon serta kode transaksi yang diterima dan juga terdaftar di aplikasi BSI *Mobile*. Setelah nasabah memasukkan kode dengan benar, maka transaksi akan terselesaikan dengan baik.

Nasabah dapat melakukan transaksi keuangan tanpa kartu langsung pada ATM BSI di lokasi mana saja dengan menekan fitur “Transaksi Tanpa Kartu atau *Cardless Withdrawal*” di layar mesin ATM BSI kemudian mengisi kode transaksi. Nasabah juga dapat bertransaksi tunai tanpa kartu di seluruh indomaret yang melayani transaksi tunai tanpa harus menggunakan kartu, cukup dengan memberikan kode transaksi dan nomor ponsel yang sudah tercatat di aplikasi BSI *Mobile*. Transaksi keuangan dengan fitur *cardless* di aplikasi BSI *Mobile* tidak akan dikenai biaya apapun.

Fitur *cardless* terbukti keamanannya karena proses transaksinya memakai kode transaksi yang dikirimkan pada saat itu juga ke nomor ponsel yang telah terdaftar dan terhubung pada aplikasi BSI *Mobile*. Kode transaksi yang didapat oleh pengguna berkarakteristik rahasia dan hanya dapat digunakan dalam waktu 2 jam setelah menerima kode itu dari aplikasi BSI *Mobile* (Bonang &

Fitriyah, 2021). Meskipun transaksi *cardless* memiliki banyak keunggulan dan sudah banyak digunakan, ternyata masih ada nasabah yang lebih tertarik bertransaksi dengan menggunakan kartu fisik ATM. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman mengenai fitur *cardless* yang menyebabkan nasabah merasa kurang yakin dan kesulitan dalam menggunakannya. Untuk mengetahui tanggapan nasabah dan penggunaan terhadap transaksi *cardless withdrawal* maka peneliti melakukan survey awal kepada 22 responden sebagai berikut :

Table 1.1
Survey Pendahuluan pada Nasabah BSI Kabupaten Cilacap

| Pertanyaan | Jumlah Orang |
|---|--|
| Jenis Kelamin | Laki-laki (8 orang) Perempuan (14 orang) |
| Umur | 20 Tahun (2 orang) 21 Tahun (7 orang) 22 Tahun (3 orang) 24 Tahun (4 orang) 25 Tahun (3 orang) 31 Tahun (1 orang) 33 Tahun (1 orang) 35 Tahun (1 orang) |
| Pekerjaan | Mahasiswa (16 orang) Wiraswasta (3 orang) Guru (2 orang) Karyawan (1 orang) |
| Apakah anda memiliki aplikasi BSI <i>Mobile</i> ? | Ya (21 orang) Tidak (1 orang) |
| Jenis Transaksi Tunai ATM yang digunakan | <i>Cardless BSI Mobile</i> (14 orang) Kartu Fisik ATM (8 orang) |

Sumber : *Google form* survey pendahuluan

Berdasarkan hasil survey awal terhadap 22 responden nasabah BSI Kabupaten Cilacap, 21 responden memberikan jawaban kategori “Ya” dan 1 responden memberikan jawaban kategori “Tidak” mengenai penggunaan BSI *Mobile*. Sedangkan untuk penggunaan transaksi *cardless* 14 responden sudah menggunakan fitur *cardless* BSI *Mobile* dan 8 responden masih menggunakan kartu fisik ATM. Tanggapan responden menunjukkan bahwa minat responden dalam menggunakan aplikasi BSI *Mobile* sangat tinggi. Akan tetapi, meskipun penggunaan aplikasi BSI *Mobile* sudah tinggi, tidak semua pengguna BSI *Mobile* menggunakan fitur *cardless* yang ada di dalam aplikasi tersebut. Responden yang memberikan jawaban kategori “Ya” beranggapan bahwa dengan menggunakan fitur transaksi *cardless* pada BSI *Mobile*, transaksi lebih mudah, praktis, meminimalisir resiko kehilangan dan kerusakan kartu ATM, serta lebih aman. Sedangkan alasan responden memberikan jawaban kategori “Tidak” yaitu tidak tertarik, belum paham cara bertransaksinya, menganggap prosesnya lebih rumit dan susah, harus memiliki koneksi internet, dan lebih senang penggunaan kartu fisik ATM. Fitur transaksi *cardless* pada aplikasi BSI *Mobile* sudah sangat efektif dan meminimalisir resiko yang sering terjadi serta kemudahan dalam penggunaannya yang bisa dilakukan kapanpun dan dimanapun.

Salah satu teori terkait penerimaan dan penggunaan teknologi dan sistem informasi yang seringkali dinilai sangat berpengaruh serta biasanya dapat dipergunakan untuk mendeskripsikan tentang penerimaan individual terhadap penggunaan teknologi dan sistem informasi yaitu model *unified theory of acceptance and use technology* (UTAUT) yaitu kerangka kerja yang dipergunakan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi oleh pengguna.

Unified Theory of Acceptance and Use Technology adalah teori yang dapat digunakan untuk memprediksi tingkat penerimaan dan penggunaan sistem teknologi oleh penggunanya (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2017). UTAUT dikembangkan oleh Venkatesh dkk. dari delapan teori tentang penerimaan teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)*, *Theory of*

Reasoned Action (TRA), Innovation Diffusion Theory (IDT), Motivational Model (MM), Theory of Planned Behavior (TPB), Model Combining the Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior, Model of PC Utilization (MPCU), dan Social Cognitive Theory (SCT) (Salloum & Shaalan, 2019). Dalam model UTAUT terdapat empat konstruk utama yang menggerakkan niat perilaku dalam penggunaan sistem teknologi yaitu ekspektasi kinerja (*performance expectancy*), ekspektasi usaha (*effort expectancy*), pengaruh social (*social influence*), kondisi-kondisi pemfasilitasi (*facilitating conditions*) (Handayani & Sudiana, 2017).

Penerapan teknologi dalam sektor perbankan telah membuka pintu untuk inovasi-inovasi baru, salah satunya adalah transaksi *cardless*. Transaksi *cardless* menghapuskan ketergantungan pada kartu fisik dan memberi peluang nasabah untuk menjalankan transaksi perbankan dengan *platform digital* mereka, seperti *smartphone*. Namun, tidak seluruh masyarakat ringan dalam menerima dan mengerti inovasi teknologi berbasis internet tersebut. Fenomena pada saat ini yaitu, masih terdapat masyarakat yang belum juga mengerti mengenai kemudahan fitur *cardless* dan beberapa masyarakat yang belum memahami fitur *cardless* dalam melakukan transaksi, namun juga terdapat beberapa masyarakat yang sudah menggunakan fitur *cardless* dalam transaksi. Oleh karena itu, model UTAUT digunakan untuk mengukur dan mengkaji sikap para pengguna dalam menerima penggunaan teknologi.

Dalam konteks perbankan loyalitas nasabah merupakan aspek kritis. Nasabah yang loyal bukan hanya menggunakan layanan perbankan lebih lama, tetapi mereka juga cenderung memperluas keterlibatan mereka dengan bank, seperti memiliki lebih banyak produk bank atau memberikan referensi positif kepada orang lain (Dwi Wahyuni, 2017). Penting untuk memahami sejauh mana penerimaan dan penggunaan teknologi, seperti transaksi *cardless* dapat memengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu, tingkat kepuasan pengguna juga merupakan faktor yang signifikan dalam hubungan ini. Kepuasan pengguna dapat memoderasi hubungan antara penerimaan penggunaan teknologi dan loyalitas nasabah. Dalam hal ini, kepuasan pengguna berperan sebagai

pemoderasi yang dapat memengaruhi sejauh mana penerimaan dan penggunaan teknologi berdampak pada loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Mahendra, 2017) menjelaskan bahwa faktor *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkah laku penggunaan (*use behavior*) pada aplikasi *Go-jek*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Lestara Permana & Dewi, 2020) menjelaskan bahwa variabel *performance expectancy*, *social influence*, dan *facilitating conditions* berpengaruh positif signifikan terhadap *behavioral intention*, akan tetapi, variabel *effort expectancy* menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Penelitian yang dilakukan oleh (Marlina et al., 2021) menemukan bahwa perilaku transaksi *cashless* dan *cardless* di Indonesia sudah meningkat dalam lima tahun terakhir. Maka dari itu, pemahaman sosial sekitar tentang transaksi *cashless* dan *cardless* harus diperluas dan sosialisasi harus dioptimalkan. Berdasarkan fakta empiris menunjukkan bahwa penelitian masih menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Hal tersebut memotivasi peneliti untuk melakukan penelitian lanjutan guna membuktikan bagaimana UTAUT berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada transaksi *cardless* BSI. Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu yang terletak pada jenis variabel, dimana dalam penelitian ini peneliti menambahkan variabel moderasi yaitu kepuasan pengguna pada *study* yang akan diteliti.

Kabupaten Cilacap dikenal sebagai kabupaten terluas di Provinsi Jawa Tengah, dengan luas 2.138,51 km². Kabupaten dengan total penduduk mencapai 1.98 juta jiwa yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Hal tersebut sejalan dengan banyaknya pondok pesantren dan jumlah santri yang ada di Kabupaten Cilacap. Berdasarkan data BPS Jateng pada 2021, terdapat 201 pondok pesantren dengan jumlah santri mencapai 23.907 santri, atau terbanyak ketiga di Jateng, dengan mayoritas masyarakatnya yang beragama Islam dan memungkinkan para masyarakat berpotensi menggunakan produk dan jasa yang terdapat pada bank syariah.

Alasan peneliti melakukan penelitian di Kabupaten Cilacap karena mayoritas masyarakatnya beragama Islam dengan persentase 98.62% (*BPS Cilacap, 2019*) yang menunjukkan bahwa kabupaten Cilacap berpotensi menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia terbanyak dibanding dengan kabupaten lain. Mengacu pada latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan studi dan analisis mengenai bagaimana proses perkembangan perilaku transaksi *cardless* yang di rilis oleh BSI sejak tahun 2021. Dengan demikian, peneliti menetapkan tema dengan judul **“Analisis Pengaruh Model UTAUT Pada Transaksi *Cardless* BSI Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Nasabah BSI Kabupaten Cilacap)”**.

B. Rumusan Masalah

Dari gambaran latar belakang masalah yang telah diuraikan, dapat diidentifikasi inti permasalahan dalam penelitian ini, yakni :

1. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap?
2. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap?
3. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap?
4. Apakah kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap?
5. Apakah *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap ?
6. Apakah *performance expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap?

7. Apakah *effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap?
8. Apakah *social influence* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini antara lain yaitu :

- a. Menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap
- b. Menganalisis pengaruh *effort expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.
- c. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap
- d. Menganalisis pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah pada penggunaan fitur *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.
- e. Menganalisis pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.
- f. Menganalisis pengaruh *performance expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.
- g. Menganalisis pengaruh *effort expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.

- h. Menganalisis pengaruh *social influence* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang ditinjau dari segi teoritis dan praktis

a. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Peneliti, sebagai referensi penelitian dari teori-teori yang diperoleh dibangku perkuliahan dan diimplementasikan dalam pengalaman praktis dengan maksud memberikan nilai tambah dalam penentuan keputusan penggunaan.
- 2) Bagi Perusahaan, dapat menjadi referensi dan informasi dasar untuk lebih memahami niat nasabah dalam bertransaksi agar dapat memperbaiki layanan dan merumuskan rancangan untuk mempertahankan kualitas perusahaan.
- 3) Bagi Pembaca, dapat memberikan informasi tambahan dan data peninjauan pada saat menetapkan keputusan penggunaan.

b. Manfaat Teoritis

Harapannya, bahwa hasil penelitian ini dapat berkontribusi secara signifikan dalam memperluas pemahaman dan bermanfaat bagi peneliti selanjutnya.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibuat dengan tujuan untuk membantu pembaca memahami suatu bagian tertentu secara lebih rinci. Peneliti membagi penelitian ini ke dalam lima bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta uraian sistematik.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari teori yang mendasari, kajian pustaka, kerangka pemikiran, dan perumusan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang ruang lingkup, populasi, sampel, metode pengumpulan data, dan alat analisis yang direncanakan untuk penelitian ini.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memberikan gambaran umum mengenai objek penelitian dan hasil penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. *Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)*

Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) adalah model teori yang dikembangkan oleh Venkatesh dkk. pada tahun 2003, untuk menjelaskan penerimaan dan pemanfaatan sistem teknologi oleh penggunanya (Dwivedi et al., 2011). Model UTAUT ini merupakan pengembangan dari delapan teori tentang penerimaan teknologi, yaitu *Technology Acceptance Model (TAM)* oleh Davis (1989), *Theory of Reasoned Action (TRA)* oleh Fishbein & Ajzen (1975), *Innovation Diffusion Theory (IDT)* oleh Moore & Benbasat (1991), *Motivational Model (MM)* oleh Davis et al. (1992), *Theory of Planned Behavior (TPB)* oleh Ajzen (1988), *Model Combining the Technology Acceptance Model and Theory of Planned Behavior (C-TAM-TPB)* oleh Taylor & Tood (1995), *Model of PC Utilization (MPCU)* oleh Thompson et al. (1991), dan *Social Cognitive Theory (SCT)* oleh Compeau & Higgins (1995) (Handayani & Suidiana, 2017).

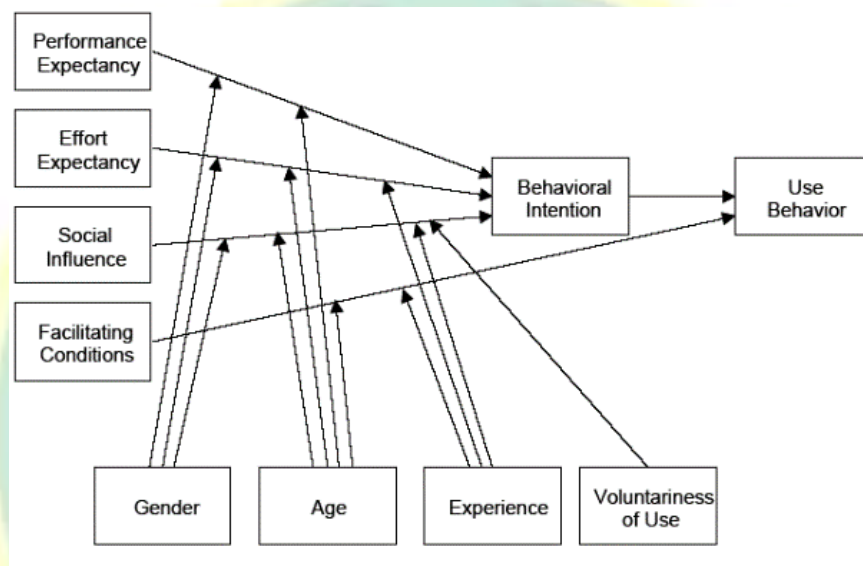
Venkatesh dkk. (2003) mengembangkan delapan dari model teori-teori ini dan model longitudinal perkembangan yang mereka rumuskan. Setelah menyelesaikan pengukuran, model baru dibuat berdasarkan hasil integrasi pasangan variabel yang penting dan krusial. Model baru yang dimaksud dikenal sebagai model kesatuan (*a unified model*), yang juga dikenal sebagai teori kesatuan penerimaan dan penerapan teknologi (UTAUT). Model UTAUT berhasil menunjukkan 70% variasi dibandingkan dengan model-model teori sebelumnya yang hanya menunjukkan rentang prediksi 17-53% dalam penggunaan teknologi.

UTAUT terdiri dari empat konstruk utama, yaitu : *performance expectancy* (ekspektasi kinerja), *effort expectancy* (ekspektasi usaha), *social influence* (pengaruh sosial), dan *facilitating condition* (kondisi yang

memfasilitasi), empat konstruk utama tersebut menjadi dasar untuk menganalisis penggunaan sistem teknologi dan informasi baru di masa depan. Selain itu, terdapat pula empat moderator yang dirancang khusus untuk mengendalikan pengaruh konstruk utama pada niat perilaku dan perilaku penggunaan, yaitu jenis kelamin, usia, pengalaman, dan kesukarelaan penggunaan (Venkatesh, et al., 2003).

Gambar 2.1

Model UTAUT



Gambar Model UTAUT (Venkatesh, et al., 2003)

Venkatesh dkk, merangkum empat konstruk utama yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi (Momani, 2020) :

a. *Performance Expectancy* (ekspektasi kinerja)

Performance expectancy memiliki arti sejauh mana tinggi individu memiliki kepercayaan bahwa dalam penggunaan teknologi dapat meningkatkan mereka dalam menjalani tugas atau pekerjaannya dengan lebih baik. Dalam penelitiannya, variabel *performance expectancy* ini adalah variabel inti yang sangat mempengaruhi niat penggunaan. Variabel *Performance Expectance* dalam penelitian ini yaitu seberapa yakin pengguna BSI Mobile (*Cardless Transaction*) dapat menjadi pilihan tepat yang akan mempercepat dan meningkatkan kemampuan

mereka untuk melakukan transaksi keuangan dalam aktivitas kehidupan sehari-hari. Ekspektasi kinerja dihasilkan berdasarkan lima variabel dari model atau teori sebelumnya, yaitu *perceived usefulness* (TAM/TAM2 dan C-TAM-TPB), *extrinsic motivation* (MM), *job-fit* (MPCU), *relative advantage* (IDT), dan *outcome expectations* (SCT) (Venkatesh et al., 2003).

Variabel *Performance Expectancy* terdiri dari lima indikator yaitu :

- a) *Perceived usefulness* (Persepsi Kegunaan), merupakan tingkat kepercayaan seseorang terhadap suatu sistem yang dapat meningkatkan kerja mereka.
 - b) *Job-fit* (Kesesuaian Pekerjaan), merupakan kapabilitas suatu sistem teknologi dan informasi mampu meningkatkan kinerja seseorang.
 - c) *Relative advantage* (Keuntungan Relatif), merupakan keuntungan yang diperoleh oleh seseorang dalam memanfaatkan penggunaan suatu sistem, sehingga sistem tersebut lebih *recommended* dibandingkan dengan sistem lainnya.
 - d) *Extrinsic motivation* (Motivasi Ekstrinsik), merupakan keyakinan bahwa individu akan bertindak dengan cara tertentu karena mereka meyakini mereka dapat berhasil meraih tujuannya, misalnya meningkatkan produktivitas, memperbaiki situasi keuangan, dan lain sebagainya.
 - e) *Outcome expectations* (Ekspektasi-Ekspektasi Hasil), merupakan *output* seorang individu yang diharapkan pada saat mereka mempergunakan suatu sistem.
- b. *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha)

Effort expectancy di definisikan dengan ukuran kemudahan yang dikaitkan dengan penggunaan sistem teknologi. Variabel *effort expectancy* ini mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna dan keberlanjutannya terhadap penggunaan sistem tertentu (Venkatesh et al., 2003). Kemudahan pada penggunaan sistem teknologi dan informasi memiliki peranan penting terhadap respons dari suatu sistem oleh

individu. Maka dari itu, penting sekali bagi sistem teknologi dan informasi untuk memprioritaskan kemudahan penggunaan guna meningkatkan adopsi pengguna teknologi baru. Apabila penggunaan sistem teknologi baru tidak membutuhkan usaha berlebih, sebagian besar individu akan menganggap bahwa sistem tersebut adalah alat berguna yang memberikan kemudahan dan menunjang kehidupan sehari-hari (Ompusunggu & Anugrah, 2021). Citra positif ini dapat menumbuhkan niat kuat untuk secara aktif turut menggunakan sistem tersebut. Ekspektasi usaha dihasilkan dari tiga variabel utama yaitu, *perceived ease of use* (TAM), *complexity* (MPCU), dan *ease of use* (IDT) (Venkatesh et al., 2003).

Indikator dalam variabel *effort expectancy*, yaitu :

- a) *Perceived ease of use* (Persepsi Kemudahan), merupakan ukuran keyakinan seorang individu terhadap kemudahan penggunaan suatu sistem teknologi.
 - b) *Complexity* (Kompleksitas), merupakan persepsi seseorang terhadap tingkat pengoperasian suatu sistem.
 - c) *Ease of use* (Kemudahan Penggunaan), merupakan sejauh mana penggunaan suatu inovasi dikatakan memiliki kemudahan dalam penggunaannya.
- c. *Social Influence* (Pengaruh sosial)

Social influence adalah konstruk yang mengacu pada seberapa tinggi individu menilai bahwa keyakinan orang lain berperan penting terhadap keputusan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Konstruk ini dapat mempengaruhi niat perilaku penggunaan teknologi. Venkatesh dkk (2003) menyebutkan bahwa peran pengaruh sosial dalam keputusan penerimaan teknologi cukup kompleks dan tunduk pada berbagai pengaruh kontingen, dan orang di sekitar nasabah mempunyai pengaruh penting dalam memengaruhi individu dalam menggunakan suatu teknologi. Pengaruh sosial dihasilkan dari tiga variabel utama yaitu,

subjective norm (TRA, TAM2, TPB/DTPB dan C-TAM-TPB), *social factors* (MPCU), dan *image* (IDT).

Indikator pada variabel *Social Influence*, antara lain :

- a) *Subjective norm* (Norma Subjektif), merupakan sejauh mana pendapat seorang yang dianggap penting dilingkungan pengguna guna turut serta dalam penggunaan inovasi sistem teknologi terbaru.
- b) *Social Factors* (Faktor Sosial), merupakan faktor yang berasal dari kelompok sosial referensi seseorang dalam memengaruhi seseorang tersebut untuk menggunakan sistem baru.
- c) *Image* (Status) , merupakan kesan apabila seorang pengguna sistem teknologi baru merasa bahwa menggunakan sistem teknologi baru tersebut akan meningkatkan status sosialnya.
- d. *Facilitating conditions* (Kondisi-kondisi pemfasilitasi)

Facilitating conditions yaitu seberapa jauh individu merasa bahwa sumber daya dan dukungan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi yang tersedia (Venkatesh et al., 2003). Pada saat seorang individu memiliki niat untuk memakai inovasi teknologi baru, mereka pasti mempertimbangkan dengan matang terkait fasilitas yang memberi kemudahan pada saat penggunaannya. Kondisi-kondisi pemfasilitasi berasal dari tiga konstruk berbeda, yaitu *perceived behavioral control* (TPB/DTPB, C-TAM-TPB), *facilitating condition* (MPCU), dan *compatibility* (IDT).

Adapun indikator dari variabel *facilitating conditions* yaitu :

- a) *Perceived behavioral control* (Persepsi Kontrol Perilaku), merupakan persepsi seseorang pada hambatan yang mempengaruhi kemudahan pada saat penggunaan sistem baik hambatan eksternal ataupun hambatan internal.
- b) *Facilitating conditions* (Kondisi memfasilitasi), merupakan faktor objektif yang mendukung dan juga memfasilitasi inovasi sistem teknologi baru.

- c) *Compatibility* (Kompatibilitas), merupakan kondisi pada saat suatu sistem dipersepsikan sesuai dan juga konsisten dengan kebutuhan seseorang.

2. **Fitur *Cardless***

1) Pengertian Fitur *Cardless*

Cardless merupakan sebuah layanan perbankan yang memfasilitasi nasabah untuk bertransaksi tanpa menggunakan kartu ATM. Dalam fitur layanan ini, baik bank maupun nasabah turut menikmati kemudahan fitur transaksi tanpa kartu dalam layanan perbankan. Fitur ini biasanya hadir dalam bentuk aplikasi perbankan untuk mendukung kemudahan dan kemajuan bank di tengah perkembangan dunia digital (L. Marlina et al., 2021).

Dalam penggunaannya nasabah dapat menggunakan aplikasi perbankan di ponsel untuk melakukan berbagai transaksi keuangan. Nasabah hanya perlu mengikuti instruksi yang diberikan dan memasukkan PIN verifikasi. Transaksi *cardless* dinilai lebih cepat, praktis, menghemat waktu, serta lebih terjamin keamanannya (Phothikitti, 2020).

2) Manfaat Fitur *Cardless*

Fitur *cardless* atau transaksi tanpa penggunaan kartu fisik ATM merupakan inovasi dalam industri keuangan yang menawarkan sejumlah manfaat bagi penggunanya. Berikut adalah beberapa manfaat dari fitur *cardless* :

1. Kenyamanan, pengguna dapat melakukan transaksi keuangan tanpa perlu membawa kartu fisik. Ini sangat praktis dalam situasi dimana pengguna lupa membawa kartu atau ingin melakukan transaksi secara cepat dan mudah.
2. Keamanan, fitur *cardless* umumnya dilengkapi teknologi keamanan tinggi, seperti autentikasi dua faktor dan PIN. Ini membantu mengurangi resiko penyalahgunaan kartu atau pencurian identitas.

3. Aksesibilitas, Pengguna dapat melakukan transaksi kapan saja dan di mana saja melalui aplikasi BSI *mobile*, asalkan terhubung dengan internet. Ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar bagi pengguna, terutama saat berada di tempat-tempat yang tidak memungkinkan membawa kartu fisik.
 4. Efisiensi, transaksi dengan fitur *cardless* dalam aplikasi BSI *Mobile* seringkali lebih cepat dan efisien dibandingkan dengan menggunakan kartu fisik. Pengguna tidak perlu lagi mengeluarkan kartu dan memasukkannya ke mesin pembaca, yang dapat menghemat waktu dalam proses transaksi.
 5. Kontrol yang lebih baik, pengguna dapat mengontrol dan memantau transaksi mereka dengan lebih baik melalui aplikasi BSI *Mobile*. Mereka dapat dengan mudah melihat riwayat transaksi, memantau saldo, dan mengelola keuangan mereka dengan lebih efektif.
- 3) **Langkah-Langkah Penarikan Tunai Tanpa Kartu/ Transaksi *Cardless***

Fitur transaksi tunai tanpa kartu (*cardless*) bisa dilakukan pada dua tempat, yaitu pada mesin ATM BSI dan juga di seluruh gerai indomaret. Berikut langkah-langkah bertransaksi tunai tanpa kartu pada mesin ATM maupun Indomaret :

- a. Transaksi tunai tanpa kartu pada mesin ATM BSI
 - 1) Buka aplikasi BSI *Mobile*
 - 2) Pilih menu tarik/setor tunai pada aplikasi BSI *Mobile*
 - 3) Pilih jalur tarik/setor tunai pada ATM BSI
 - 4) Pilih nominal penarikan/penyetoran
 - 5) Masukkan PIN
 - 6) Muncul nomer resi berisikan kode OTP
 - 7) Kemudian, datang ke ATM BSI terdekat
 - 8) Pilih menu *cardless withdrawal* pada tampilan layar mesin ATM

- 9) Masukkan nomer HP *BSI Mobile* dan kode OTP yang sudah didapatkan pada aplikasi *BSI Mobile*
 - 10) Anda telah berhasil melakukan transaksi tanpa kartu pada mesin ATM BSI.
- b. Transaksi tunai tanpa kartu di Indomart
- 1) Buka aplikasi *BSI Mobile*
 - 2) Pilih menu tarik/setor tunai pada aplikasi *BSI Mobile*
 - 3) Pilih jalur tarik/setor tunai pada Indomaret
 - 4) Pilih nominal penarikan/penyetoran
 - 5) Masukkan PIN
 - 6) Muncul nomer resi berisikan kode OTP
 - 7) Kemudian, datang ke Indomaret terdekat
 - 8) Sampaikan pada kasir Indomaret bahwa anda ingin melakukan transaksi tunai tanpa kartu BSI
 - 9) Berikan kode OTP yang sudah didapatkan pada aplikasi *BSI Mobile*, dan kasir akan memproses transaksi
 - 10) Anda telah berhasil melakukan transaksi tanpa kartu di Indomaret.

3. **Loyalitas Nasabah**

a. Definisi Loyalitas Nasabah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), loyalitas adalah kesetiaan (terhadap seseorang, kelompok, atau prinsip). Dalam konteks ini, loyalitas mengacu pada sikap atau perilaku yang menunjukkan kesetiaan, kepatuhan, atau pengabdian terhadap suatu entitas, seperti individu, kelompok, organisasi, atau prinsip tertentu (Tiana et al., 2019). Loyalitas memiliki peran yang sangat penting bagi keseluruhan keberhasilan dan keberlanjutan suatu perusahaan, karena kosumen yang loyal sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan (Nasri & Hastuti, 2018). Loyalitas pelanggan atau kosumen mencakup pembelian berulang, merekomendasikan produk atau layanan perusahaan kepada orang lain,

dan tetap setia menggunakan produk atau layanan tersebut meskipun terdapat banyak opsi lain.

Loyalitas nasabah diartikan sebagai sikap pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki rasa kesetiaan terhadap penyedia jasa, dan berpegang pada sikap yang baik terhadap penyedia jasa. Skala nilai nasabah, kualitas produk, kualitas layanan, dan kepuasan nasabah adalah faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah (Maghfiroh & Rusdarti, 2016). Perusahaan dapat meningkatkan loyalitas nasabah dengan memberikan pelayanan yang baik, memberikan insentif, dan meningkatkan kualitas produk atau jasa. Loyalitas nasabah dianggap penting bagi perusahaan karena dapat meningkatkan retensi nasabah dan mengurangi biaya akuisisi nasabah baru (Dwi Wahyuni, 2017).

Kotler menyampaikan bahwa terdapat perbedaan mencolok pada kesetiaan pelanggan atau nasabah yang ekspektasinya terpenuhi dan tidak terpenuhi. Nasabah yang merasa puas dengan hadirnya suatu inovasi teknologi yang memberikan kemudahan dan efektifitas kinerja dalam sektor perbankan, memungkinkan nasabah untuk menggunakan aplikasi tersebut secara berulang di masa yang akan datang. Hal ini merupakan salah satu konsep formal yang didasari pemikiran dalam bidang pemasaran. Oleh karena itu, keterkaitan faktor kepuasan dan loyalitas telah terbukti pada beberapa penelitian dengan hasil yang menyebutkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara kepuasan dengan loyalitas. Dalam sektor jasa perbankan menjelaskan bahwa kepuasan nasabah merupakan faktor utama yang menunjukkan kesetiaan atau loyalitas (Kotler & Armstrong, 2020:20).

b. Membangun Loyalitas Nasabah

Membangun ikatan yang kuat dengan pelanggan atau nasabah merupakan tujuan pokok setiap pemasar dan juga kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Suatu perusahaan dalam usaha mencapai tujuan tersebut harus memperhatikan beberapa pertimbangan (Kotler, Keller, Ang, Tan, & Leong, 2017).

- 1) Produk, Layanan, dan Pengalaman Unggulan, fokus pada penciptaan produk, layanan, dan pengalaman yang hebat untuk target pasar.
 - 2) Partisipasi Lintas Department, melibatkan berbagai departemen dalam merencanakan dan mengelola kepuasan nasabah.
 - 3) Integrasi suara pelanggan, menyertakan perspektif pelanggan dalam semua keputusan bisnis dengan menggabungkan suara konsumen untuk menangkap kebutuhan dan persyaratan nasabah.
 - 4) Pengelolaan database nasabah, membuat dan mengelola database informasi yang mencakup kebutuhan, preferensi, kontak, dan sejarah pembelian konsumen untuk meningkatkan pengalaman.
 - 5) Kemudahan akses, memudahkan nasabah untuk berinteraksi dengan staf perusahaan, memberikan umpan balik, serta mengungkapkan kebutuhan, persepsi, dan keluhan nasabah.
- c. Indikator dari loyalitas nasabah menurut Warsito (2021) :
- 1) Keinginan untuk terus melakukan transaksi, mengacu pada seberapa setia nasabah terhadap suatu produk atau layanan perbankan, dan seberapa besar dorongan mereka untuk terus bertransaksi dengan lembaga/perusahaan tersebut.
 - 2) Tidak berniat untuk pindah, mencerminkan tingkat kepuasan dan keterikatan nasabah terhadap suatu lembaga keuangan. Ketika nasabah merasa puas dengan layanan, produk, dan pengalaman yang diberikan serta merasa terhubung secara emosional atau praktis dengan lembaga tersebut, mereka cenderung tidak berniat untuk pindah kepada pihak lain.
 - 3) Menyukai transaksi tersebut, menunjukkan sejauh mana nasabah menikmati atau merasa puas dengan proses transaksi yang mereka lakukan dengan suatu lembaga keuangan. Ketika nasabah merasa senang atau puas dengan pengalaman transaksi, maka mereka cenderung lebih loyal.
 - 4) Merekomendasikan kepada orang lain, menggambarkan seberapa besar nasabah puas dengan pengalaman mereka dengan suatu

layanan sehingga mereka merasa nyaman merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

4. Kepuasan Pengguna

a. Definisi Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah kesesuaian antara harapan dengan kenyataan, kemudian menurut (Warsito, 2015) kepuasan pengguna diartikan sebagai ukuran perasaan dan opini pengguna dari analisis perbandingan antara ekspektasi pengguna terhadap produk, jasa, atau sistem dengan hasil yang didapatkan secara faktual.

Kepuasan pengguna dapat mempengaruhi berbagai aspek dan dinilai sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi loyalitas pengguna, retensi pengguna, dan penjualan produk atau jasa. Maka dari itu, perusahaan harus terus menganalisis kepuasan pengguna untuk meningkatkan kualitas produk atau jasa dan meningkatkan loyalitas pengguna (Pamungkas, 2019).

Kesimpulannya adalah, apabila perasaan seorang individu yang berperan sebagai konsumen, pelanggan, ataupun pengguna dari suatu perusahaan tersebut sudah memenuhi atau bahkan dikatakan melebihi harapannya, maka seorang individu tersebut dikatakan puas.

b. Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Penentuan tingkat kepuasan pada pelanggan atau pengguna yaitu dengan memperhatikan lima faktor sebagai berikut :

- 1) Kualitas produk, konsumen akan merasa puas terhadap hasil yang menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Kualitas pelayanan, konsumen akan merasa puas apabila mendapat pelayanan dengan baik atau sesuai ekspektasi mereka.
- 3) Emosional, konsumen akan merasa bangga dan merasa percaya bahwa orang lain akan merasa kagum terhadap dirinya apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang

didapatkan konsumen bukan karena kualitas produknya akan tetapi nilai sosial yang membuat para konsumen merasa sangat puas terhadap merek tertentu.

- 4) Harga, produk yang mempunyai kualitas sama akan tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai kepada konsumen yang lebih tinggi.
- 5) Biaya, konsumen tidak harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

c. Indikator Kepuasan Pengguna Menurut Warsito (2021) :

- 1) Pilihan tepat, mencerminkan keputusan yang bijaksana atau sesuai dengan kebutuhan dan preferensi individu dalam menggunakan suatu produk atau jasa.
- 2) Kesesuaian harapan, merupakan ukuran sejauh mana pengalaman atau persepsi pelanggan tentang produk atau jasa yang diperoleh sesuai dengan harapan yang dimiliki.
- 3) Kepuasan fasilitas, mengukur tingkat kepuasan individu terhadap fasilitas yang disediakan.
- 4) Totalitas memberikan layanan, mencerminkan sejauh mana perusahaan atau entitas memberikan layanan secara menyeluruh kepada pelanggan atau pengguna.

B. Kajian Pustaka

1. Penelitian Rice Haryati et al (2022) yang berjudul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada PT BPR Cincin Permata Andalas”. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan mengumpulkan data dari 100 nasabah tabungan PT BPR Cincin Permata Andalas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah yang

memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap bank dan kualitas pelayanan yang baik lebih mudah menjadi nasabah yang loyal.

2. Penelitian Gusi Putu Lestara Permana dan Luh Putu Kristiari Dewi (2020) yang berjudul “Analisis Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi OVO dengan Menggunakan *Unified Theory of Acceptance and Us of Technology (UTAUT)* di Kota Denpasar”. Sampel yang digunakan sebanyak 125 sampel. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer yang bersumber dari hasil kuesioner yang telah diisi oleh responden. Instrumen penelitian dan pengujian yang digunakan adalah model luar, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah model dalam dan pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa model UTAUT berhasil diaplikasikan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan aplikasi OVO di Kota Denpasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas memiliki hubungan positif terhadap niat perilaku. Niat perilaku dinyatakan positif terhadap perilaku penggunaan. Namun, variabel moderator yang dinyatakan tidak mengikat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen saat menerima dan menggunakan aplikasi OVO di Kota Denpasar.
3. Penelitian Shinta Permata Sari dan Septi Cristina (2021) yang berjudul “Penerapan Model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking pada Masa Pandemi Berbasis Data *Google Trends*”. Menunjukkan bahwa penggunaan *m-banking* pada masa pandemi memiliki hubungan positif dengan minat penggunaan *m-banking*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, *facilitating conditions*, *behavioral intention*, dan *use behavior* memiliki hubungan positif dengan minat penggunaan *m-banking*. Tetapi, pengaruh variabel moderator tidak ditemukan dalam penggunaan *m-banking* pada masa pandemi. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dan mengumpulkan data dari 100 responden.

4. Penelitian Risma Maunazah dan Helmi Haris (2023) yang berjudul “Analisis Pengaruh *Technology Acceptance Model (TAM)* pada Transaksi *Cardless* Bank Syariah Indonesia terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel *Moderating*”. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana *Technology Acceptance Model (TAM)* memengaruhi loyalitas nasabah dalam transaksi *Cardless* Bank Syariah Indonesia, dengan mempertimbangkan peran kepuasan pengguna sebagai variabel yang memoderasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan pengumpulan data secara *online* dengan *google form*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manfaat aplikasi, intensi pengguna, dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*, sedangkan variabel kemudahan pengguna tidak memiliki pengaruh, dan variabel manfaat aplikasi, kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas dalam menggunakan transaksi *cardless* nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel *moderating* sedangkan variabel intensi pengguna tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel *moderating*.
5. Penelitian Dahlia Bonang dan Any Tsalasatul Fitriyah (2021) yang berjudul “*Society’s Preference With Cashless and Cardless Transactions In Mataram, West Nusa Tenggara*”. Hasil uji data dan analisis menyimpulkan bahwa tidak ada perbedaan antara preferensi masyarakat dalam transaksi menggunakan layanan tanpa uang (*cashless*) dan tanpa kartu (*cardless*). Hasil uji *z* untuk empat aspek preferensi masyarakat terhadap penggunaan transaksi *cashless* dan *cardless* menunjukkan bahwa keempat aspek tersebut tidak menunjukkan perbedaan antara preferensi pengguna transaksi *cashless* dan *cardless*. Institusi layanan keuangan diharapkan dapat meningkatkan keamanan pengguna untuk meningkatkan jumlah pengguna dalam transaksi *cashless* dan *cardless*.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| Nama Peneliti dan Judul Penelitian | Hasil Penelitian | Perbedaan dan Persamaan |
|---|---|---|
| <p>Jurnal Rice Haryati, hosra Afrizoni, Dona Willya (Haryati, 2022), yang berjudul “Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada PT BPR Cincin Permata Andalas”</p> | <p>Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan mengumpulkan data dari 100 responden nasabah tabungan PT BPR Cincin Permata Andalas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi terhadap bank dan kualitas pelayanan yang baik lebih mudah menjadi nasabah yang loyal.</p> | <p>Persamaan: Sama-sama menggunakan variabel dependen Loyalitas Nasabah Perbedaan: Dalam penelitian terdahulu menggunakan variabel independent tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan, tidak terdapat variabel <i>moderating</i>, dan subjek penelitian terdahulu PT BPR Cincin Permata Andalas</p> |
| <p>Jurnal Gusi Putu Lestara Permana,</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa</p> | <p>Persamaan: Sama-sama menggunakan</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>Luh Putu Kristiari Dewi (Lestara Permana & Dewi, 2020), yang berjudul “Analisis Penerimaan dan Penggunaan Aplikasi OVO dengan Menggunakan <i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)</i> di Kota Denpasar”</p> | <p>variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, dan kondisi fasilitas memiliki hubungan positif terhadap niat perilaku. Niat perilaku dinyatakan positif terhadap perilaku penggunaan. Namun variabel moderator yang dinyatakan tidak mengikat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen saat menerima dan menggunakan aplikasi OVO di Kota Denpasar.</p> | <p>model UTAUT dengan variabel independen <i>performance expectancy</i>, <i>effort expectancy</i>, dan <i>social influence</i></p> <p>Perbedaan: Tidak terdapat variabel <i>moderating</i>, terdapat variabel independen <i>facilitating conditions</i>, variabel independen menggunakan penerimaan dan penggunaan aplikasi, dan objek penelitian menggunakan aplikasi OVO</p> |
| <p>Jurnal Shinta Permata Sari, Septi Cristina (Sari & Cristiana, 2021), yang berjudul “Penerapan Model UTAUT (<i>Unified Theory of Acceptance and Use of Technology</i>) Terhadap Minat Penggunaan Mobile</p> | <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>performance expectancy</i>, <i>effort expectancy</i>, <i>social influence</i>, <i>facilitating conditions</i>, <i>behavioral intentions</i>, dan <i>use behavior</i> memiliki hubungan positif dengan minat penggunaan <i>m-banking</i>.</p> | <p>Persamaan: Sama-sama menggunakan model UTAUT, objek penelitian, objek penelitian sama-sama pengguna <i>mobile banking</i></p> <p>Perbedaan: Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel <i>moderating</i>, variabel dependen minat</p> |

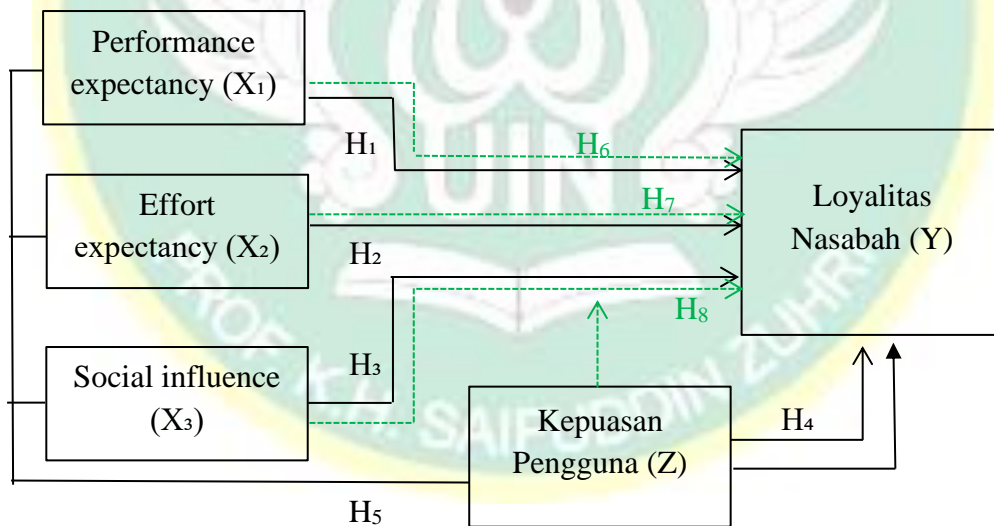
| | | |
|--|--|---|
| Banking pada Masa Pandemi Berbasis Data <i>Google Trends</i> ” | Tetapi, pengaruh moderator tidak ditemukan dalam penggunaan <i>m-banking</i> di masa pandemi. | penggunaan, dan subjek penelitian bersumber dari <i>google trends</i> |
| Risma Maunazah, Helmi Haris et al (2023), yang berjudul “Analisis Pengaruh <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> pada Transaksi <i>Cardless Bank Syariah</i> Indonesia terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating” | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel manfaat aplikasi, kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas dalam menggunakan transaksi <i>cardless</i> nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel <i>moderating</i> . Sedangkan variabel intensi pengguna tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi <i>cardless</i> dengan kepuasan pengguna sebagai variabel <i>moderating</i> . | Persamaan: Sama-sama menggunakan variabel dependen loyalitas nasabah, kepuasan pengguna sebagai variabel moderating, objek penelitian pengguna transaksi <i>cardless</i> pada <i>mobile banking</i> BSI Perbedaan: Pada penelitian terdahulu menggunakan model analisis TAM, subjek penelitian masyarakat Kota Tasik |
| Jurnal Dahlia Bonang, Any Tsalasatul Fitriyah (Bonang & Fitriyah, 2021), yang berjudul | Hasil uji z untuk empat aspek preferensi masyarakat terhadap penggunaan transaksi <i>cashless</i> dan <i>cardless</i> | Persamaan: Sama-sama menggunakan objek penelitian transaksi <i>cardless</i> pada <i>mobile banking</i> |

| | | |
|--|---|--|
| <p>”Society’s Preference With Cashless Cardless Transactions In Mataram, West Nusa Tenggara”</p> | <p>menunjukkan bahwa keempat aspek tersebut tidak menunjukkan perbedaan antara preferensi pengguna transaksi <i>cashless</i> dan <i>cardless</i>.</p> | <p>Perbedaan: Penelitian terdahulu menggunakan Variabel dependen perilaku transaksi, variabel independen preferensi masyarakat, tidak terdapat variabel <i>moderating</i>, subjek penelitian masyarakat Kota Mataram.</p> |
|--|---|--|

Sumber : Data sekunder diolah dari berbagai sumber (2024)

C. Kerangka Berpikir

Gambar 2. 2
Kerangka Berpikir



Dari kerangka berpikir di atas dapat dijelaskan bahwa terdapat tiga variabel independen diantaranya yaitu *Performance Expectancy* (X₁), *Effort Expectancy* (X₂), dan *Social influence* (X₃), terdapat satu variabel dependen yaitu *Loyalitas Nasabah* (Y), dan satu variabel moderasi yaitu *Kepuasan Pengguna* (Z).

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis diartikan sebagai dugaan sementara dari rumusan masalah penelitian, yang sudah ditulis dalam bentuk kalimat pernyataan. Disebutkan bahwa, meskipun jawaban yang dihasilkan belum berlandaskan pada fakta-fakta empiris yang didapat dari pengumpulan data, namun masih berlandaskan pada teori yang relevan (Sugiyono, 2013).

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Pengaruh *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kerja) Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam menggunakan Transaksi *Cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Performance Expectancy memiliki arti sejauh mana individu percaya bahwa dengan menggunakan sistem dapat membantunya memperoleh keuntungan pada kinerja pekerjaan (Salloum & Shaalan, 2019). Apabila dihubungkan dengan penelitian ini yaitu sejauh mana seorang individu meyakini terkait penggunaan transaksi *cardless* pada aplikasi BSI *Mobile*. Merujuk pendapat (Boonsiritomachai & Pitchayadejanant, 2017) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa ekspektasi kinerja merupakan karakteristik yang mampu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada penggunaan transaksi *cardless* BSI, hal tersebut terjadi karena individu yang percaya dengan fitur *cardless* akan merasa sangat terbantu dan akan menggunakannya kembali. Penjelasan ini sesuai dengan *study* yang dilakukan oleh (Sari & Cristiana, 2021) menyebutkan bahwa variabel *Performance Expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan untuk menggunakan transaksi secara digital. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis pertama (H1) yang diajukan adalah :

H₁ = *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

2. Pengaruh *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam menggunakan Transaksi *Cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Effort Expectancy yaitu ukuran kemudahan yang terkait dengan pemanfaatan teknologi yang akan dapat mengurangi upaya (tenaga dan waktu) seseorang dalam melaksanakan pekerjaannya (Venkatesh et al., 2003). Ini terkait dengan seberapa mudah penggunaan transaksi *cardless* BSI *Mobile* untuk bertransaksi. Ketika seseorang merasakan kemudahan dalam penggunaan suatu teknologi maka orang tersebut akan menggunakan sistem tersebut secara berulang dan menjadikan pilihan utama dalam bertransaksi. Studi yang dilakukan oleh (Mufingatun et al., 2020) sesuai dengan penjelasan diatas yang menyebutkan bahwa *effort expectancy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku individu dalam melakukan transaksi. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis kedua (H2) yang diajukan adalah :

H₂ = *Effort Expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

3. Pengaruh *Social Influence* (Pengaruh Sosial) Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam menggunakan Transaksi *Cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Pengaruh sosial (*social influence*) yaitu sebagai sejauh mana individu menyadari bagaimana orang lain meyakini bahwa sistem informasi baru harus dipergunakan olehnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh (Salloum & Shaalan, 2019) niat individu untuk menggunakan teknologi baru tercipta melalui pengaruh sosial. Pengaruh sosial ditemukan menjadi factor kontribusi yang signifikan. Dalam hal ini terkait bagaimana seseorang yakin terhadap seorang lainnya dalam penggunaan kemudahan transaksi *cardless* BSI *Mobile*. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawati & Maika, 2021) sejalan dengan penjelasan diatas dengan menyebutkan bahwa *social influence* memiliki pengaruh dalam penggunaan transaksi secara

elektronik atau *cashless payment*. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis ketiga (H3) yang diajukan adalah :

H₃ = *Social Influence* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

4. Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam menggunakan Transaksi *Cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Kepuasan pengguna merupakan tingkat kebahagiaan yang ditunjukkan oleh pengguna dari perbandingan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan hasil yang diharapkan (A. Marlina, 2018). Ketika seorang individu merasakan kepuasan dalam menggunakan suatu sistem maka sistem tersebut akan terus digunakan dan menjadi pilihan utama dalam bertransaksi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Manurung & Syarifah, 2021) menyebutkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis keempat (H4) yang diajukan adalah :

H₄ = kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

5. Pengaruh *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.

Performance expectancy mengacu pada persepsi nasabah tentang kemudahan dalam menggunakan transaksi *cardless*, sedangkan *effort expectancy* mengacu pada persepsi kesulitan dalam menggunakan layanan tersebut. Selain itu, *social influence* mencerminkan pengaruh dari orang lain dalam penggunaan transaksi *cardless*, dan kepuasan pengguna menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap pengalaman menggunakan layanan tersebut. Penelitian ini akan menguji apakah kombinasi faktor-faktor ini secara bersama-sama dapat menjelaskan tingkat loyalitas nasabah terhadap transaksi *cardless* di BSI Kabupaten Cilacap.

Hasil penelitian yang sejalan dengan pembahasan di atas dilakukan oleh Lestara Permana (2020) yang menunjukkan bahwa variabel harapan kinerja, harapan usaha, pengaruh sosial, kondisi pemfasilitasi berpengaruh terhadap niat penggunaan aplikasi OVO di Kota Denpasar. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis kelima (H5) yang diajukan adalah :

H₅ = *Performance expectancy, effort expectancy, social influence*, dan kepuasan pengguna secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap.

6. Pengaruh *Performance Expectancy* (Ekspektasi Kerja) Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless* Melalui Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Performance Expectancy merupakan ukuran kepercayaan individu bahwa pemanfaatan teknologi dapat mendukung peningkatan hasil kerja. Apabila dihubungkan dengan penelitian ini maka seberapa yakin seseorang terhadap penggunaan fitur transaksi *cardless* BSI *Mobile*. Sedangkan kepuasan pengguna adalah reaksi yang muncul setelah terdapat interaksi antara teknologi dengan pengguna teknologi. Dalam hal ini kepuasan pengguna berperan dalam memoderasi antara ekspektasi kinerja terhadap loyalitas nasabah pada penggunaan transaksi *cardless* BSI. Apabila ekspektasi kinerja kuat dan tinggi, maka kepuasan pengguna juga demikian dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian yang sejalan dengan pembahasan di atas dilakukan oleh (Candra Kuncoro et al., 2019) menjelaskan bahwa variabel *Performance Expectancy* memiliki pengaruh signifikan terhadap *use behavior* pada aplikasi lembur berbasis android dengan fitur aplikasi sebagai variabel moderasi. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis kelima (H6) yang diajukan adalah :

H₆ = *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada Nasabah BSI Kabupaten Cilacap

7. Pengaruh *Effort Expectancy* (Ekspektasi Usaha) Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam menggunakan Transaksi *Cardless* Melalui Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Effort Expectancy merupakan tingkat keuntungan yang didapatkan dari penggunaan sistem. Hal ini sejalan dengan tingkat kemudahan penggunaan transaksi *cardless* BSI *Mobile* dalam bertransaksi. Kepuasan pengguna adalah reaksi yang muncul setelah terdapat interaksi antara teknologi dengan pengguna teknologi. Dalam hal ini kepuasan pengguna berperan dalam memoderasi antara ekspektasi usaha terhadap loyalitas nasabah dalam penggunaan transaksi *cardless* BSI. Apabila ekspektasi usaha kuat dan tinggi, maka kepuasan pengguna juga demikian dan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Studi yang sesuai dilakukan oleh (Martin & Herrero, 2012) menjelaskan bahwa variabel ekspektasi usaha memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap aplikasi pembelian yang diteliti terhadap penduduk pedesaan dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis keenam (H7) yang diajukan adalah :

H₇ = *effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada Nasabah BSI Kabupaten Cilacap

8. Pengaruh *Social Influence* (Pengaruh Sosial) Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam menggunakan Transaksi *Cardless* dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Pengaruh sosial (*social influence*) diartikan sebagai sejauh mana seseorang menyadari bagaimana orang lain meyakini bahwa teknologi informasi baru harus digunakan olehnya. Sejalan dengan bagaimana seseorang meyakini seorang lainnya untuk menggunakan transaksi fitur *cardless* BSI *Mobile*. Kepuasan pengguna adalah reaksi yang muncul setelah terdapat interaksi antara teknologi dengan pengguna teknologi. Dalam hal ini kepuasan pengguna berperan dalam memoderasi antara pengaruh sosial dengan loyalitas nasabah dalam penggunaan fitur transaksi

cardless BSI. Apabila pengaruh sosial kuat dan tinggi, maka kepuasan pengguna juga demikian dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Studi yang dilakukan oleh (Candra Kuncoro et al., 2019) menjelaskan bahwa variabel *social influence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *use behavior* pada aplikasi lembur berbasis android dengan innovativeness sebagai variabel moderator. Berlandaskan uraian di atas sehingga hipotesis ketujuh (H8) yang diajukan adalah :

H₈ = *effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi pada Nasabah BSI Kabupaten Cilacap

E. Landasan Teologis

Transaksi tanpa kartu (*cardless transaction*) merupakan salah satu inovasi teknologi terbaru yang digunakan sebagai media transaksi tunai yang praktis, efisien, dan terjamin keamanannya. Pada saat ini, era *cardless* selangkah lebih maju melampaui era *cashless*, dan tentunya membawa banyak sekali kebermanfaatan pada masyarakat luas sebagai penggunanya. Hadirnya fitur transaksi *cardless* juga menjadi bukti bahwa perkembangan ilmu teknologi semakin meluas di banyak sektor, salah satunya di sektor perekonomian. Berkaitan dengan hal tersebut, agama Islam sangat menjunjung tinggi ilmu pengetahuan, termasuk dengan perkembangan ilmu teknologi yang juga merupakan bagian dari perkembangan ilmu pengetahuan. Dengan adanya perkembangan dan inovasi teknologi baru, pastinya memberikan kemudahan dalam melakukan suatu pekerjaan atau aktivitas. Dalam penelitian ini contohnya dapat membantu dan mempermudah umat muslim dalam melakukan aktivitas transaksi tunai seperti tarik tunai, setor tunai, transfer, melakukan pembayaran dan lain sebagainya tanpa perlu menggunakan kartu fisik ATM, dengan begitu transaksi akan lebih ringkas, praktis, dan tentunya merasa aman karena tidak khawatir kartu hilang, rusak, atau masuk kedalam mesin ATM. Allah Swt. menjelaskan dalam Q.S. Ash-Shad Ayat 27 dan Q.S. Ali-Imran Ayat 191, bahwa Allah telah menciptakan segala sesuatu yang sudah

pasti sangat bermanfaat bagi kehidupan umat manusia, contohnya dengan adanya inovasi transaksi tanpa kartu (*cardless transaction*).

وَمَا خَلَقْنَا السَّمَاءَ وَالْأَرْضَ وَمَا بَيْنَهُمَا بَاطِلًا ۗ ذَٰلِكَ ظَنُّ الَّذِينَ كَفَرُوا فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ
كَفَرُوا مِنَ النَّارِ ۗ ٢٧

Artinya : “Dan Kami tidak menciptakan langit dan bumi dan apa yang ada di antara keduanya dengan sia-sia. Itu anggapan orang-orang kafir, maka celakalah orang-orang yang kafir itu karena mereka akan masuk neraka.” (Q.S. Ash-Shad/38:27)

الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ
وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَٰذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ ١٩١

Artinya : “(Yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri, duduk atau dalam keadaan berbaring, dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata), “Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan semua ini sia-sia; Mahasuci Engkau, lindungilah kami dari azab neraka.” (Q.S. Ali-‘Imran/3:191)

Berdasarkan uraian kedua ayat di atas dapat disimpulkan bahwa agama Islam memberikan kemudahan kepada umatnya, termasuk dalam penggunaan sistem teknologi, asalkan tidak melanggar prinsip-prinsip syariat yang sesuai dengan ajaran agama Islam.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini, yang berasal dari filsafat positivisme. Pendekatan ini diterapkan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu dan memanfaatkan instrumen penelitian guna mengumpulkan data dan menganalisisnya secara kuantitatif atau statistik. Tujuan dari metode ini adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (Samsu, 2017).

Fokus penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh dari model UTAUT pada transaksi *cardless* BSI terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi (Studi Empiris Nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap).

B. Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang dihasilkan langsung dari sumber pertama yang nantinya akan diolah oleh peneliti. Data primer dalam penelitian ini dihasilkan dari penyebaran kuesioner secara *online* kepada nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap pengguna aplikasi BSI *Mobile* yang pernah melakukan transaksi *cardless* BSI *Mobile* <https://forms.gle/jQZszxvL3g36obpc9>.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data yang diperoleh dari berbagai sumber sebagai referensi dalam penelitian ini seperti buku, skripsi, website, jurnal penelitian dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia yang bertempat tinggal di Kabupaten Cilacap Provinsi Jawa Tengah. Dengan alasan bahwa mayoritas masyarakatnya beragama islam dengan persentase 98.62%

(BPS Cilacap, 2019) yang menunjukkan bahwa Kabupaten Cilacap berpotensi menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia terbanyak dibanding dengan kabupaten lain. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2024 sampai dengan bulan April 2024.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013), populasi adalah area generalisasi yang terbentuk dari subjek atau objek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dikaji dan kemudian diambil kesimpulan. Populasi pada penelitian ini yaitu nasabah pengguna BSI *Mobile* di Kabupaten Cilacap, yang jumlahnya tidak diketahui (*unknow population*).

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian dari suatu populasi yang ciri-cirinya akan diteliti dan dianggap mewakili populasi secara keseluruhan dengan jumlah yang lebih sedikit dari populasinya (Sugiyono, 2022). Sampel penelitian ini yaitu nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile*. Untuk menghitung jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui maka dalam menentukan sampel penelitian digunakan rumus pengambilan sampel menurut Wibisono (2003) dalam Ridwan dan Kuncoro (2014:50) apabila populasi tidak diketahui secara pasti adalah sebagai berikut:

$$N = \left\{ \frac{\left(\frac{Z\alpha}{2} \right) \cdot \sigma}{e} \right\}^2$$

Keterangan :

N = jumlah sampel

$Z\alpha/2$ = tingkat kepercayaan 95%

σ = standar deviasi 0,25

e = tingkat kesalahan dalam penelitian ini 5%

Penelitian ini menggunakan populasi pengguna BSI Mobile di Kabupaten Cilacap yang jumlahnya tidak diketahui. Penentuan besarnya sampel dengan perhitungan *standar error* 5% atau 0,05 dengan rumus wibisono sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 N &= \left\{ \frac{\left(\frac{z\alpha}{2}\right) \cdot \sigma}{e} \right\}^2 \\
 &= \left\{ \frac{(1,96 \cdot 0,25)}{0,05} \right\}^2 \\
 &= \left\{ \frac{0,49}{0,05} \right\}^2 \\
 &= 96,04
 \end{aligned}$$

Jadi, berdasarkan rumus diatas, besarnya sampel yaitu 96 orang, yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability*, yang berarti bahwa setiap anggota populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk diambil sebagai sampel (Sugiyono, 2022). Teknik yang dipakai yaitu *Purposive Sampling*, adalah teknik dimana sampel ditentukan menurut karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti dan diyakini berkaitan erat dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Warsito, 2021). Karakteristik tersebut antara lain :

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap yang menggunakan aplikasi BSI *Mobile*
2. Pernah melakukan transaksi *cardless* minimal tiga kali.

E. Variabel dan Indikator Penelitian

a. Variabel penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berupa nilai, objek, atribut atau sejenisnya yang ditentukan oleh peneliti supaya dipelajari dan dipahami yang selanjutnya diambil kesimpulannya (Warsito, 2021). Variabel yang terdapat dalam penelitian ini diantaranya :

1) Variabel independent (X)

Variabel independent atau yang lebih dikenal sebagai variabel bebas adalah variabel yang menjadi pengaruh dan menyebabkan terjadinya perubahan atau munculnya variabel dependen (variabel terikat). Dalam penelitian ini, terdapat tiga variabel bebas atau independen, yaitu variabel *performance expectancy* (X1), variabel *effort expectancy* (X2), dan variabel *social influence* (X3).

2) Variabel dependen (Y)

Variabel dependen yang juga dikenal dengan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau merupakan akibat dari adanya variabel independen (bebas). Adapun variabel yang menjadi variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah (Y).

3) Variabel moderasi (Z)

Variabel Moderasi yaitu jenis variabel dalam analisis statistik yang memoderasi atau mengubah kekuatan atau arah hubungan diantara dua variabel lainnya (bebas dan terikat). Variabel moderasi dalam penelitian ini yaitu kepuasan pengguna (Z) (Sulasih et al., 2022).

Tabel 3. 1

Variabel dan Indikator Penelitian

| Variabel | Definisi Variabel | Indikator | Skor |
|------------------------------------|--|---|--|
| <i>Performance expectancy</i> (X1) | Ekspektasi kinerja (<i>performance expectancy</i>) memiliki arti sejauh mana tinggi individu memiliki kepercayaan bahwa dalam penggunaan teknologi dapat meningkatkan mereka dalam | 1. <i>Perceived usefulness</i> 2. <i>Extrinsic motivation</i> 3. <i>Job-fit</i> 4. <i>Relative advantage</i> 5. <i>Outcome expectations</i> | 1.Sangat Tidak Setuju (STS) 2.Tidak Setuju (TS) 3.Kurang Setuju (KS) 4.Setuju (S) 5.Sangat Setuju (SS) |

| | | | |
|-------------------------------|--|--|--|
| | menjalani tugas atau pekerjaannya dengan lebih baik | | |
| <i>Effort expectancy</i> (X2) | Ekspektasi usaha (<i>effort expectancy</i>) di definisikan dengan ukuran kemudahan yang dikaitkan dengan penggunaan sistem teknologi | 1. <i>Perceived ease of use</i> 2. <i>Complexity</i> 3. <i>Ease of use</i> | 1.Sangat Tidak Setuju (STS) 2.Tidak Setuju (TS) 3.Kurang Setuju (KS) 4.Setuju (S) 5.Sangat Setuju (SS) |
| <i>Social influence</i> (X3) | Pengaruh sosial (<i>social influence</i>) adalah konstruk yang mengacu pada seberapa tinggi individu menilai bahwa keyakinan orang lain berperan penting terhadap keputusan penggunaan teknologi | 1. Norma Subjektif 2. Faktor Sosial 3. <i>Image</i> | 1.Sangat Tidak Setuju (STS) 2.Tidak Setuju (TS) 3.Kurang Setuju (KS) 4.Setuju (S) 5.Sangat Setuju (SS) |
| Loyalitas nasabah (Y) | Loyalitas nasabah diartikan sebagai sikap pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki rasa | 1. Keinginan untuk terus melakukan transaksi 2. Tidak berniat untuk berpindah | 1.Sangat Tidak Setuju (STS) 2.Tidak Setuju (TS) 3.Kurang Setuju (KS) |

| | | | |
|-----------------------|---|---|---|
| | kesetiaan terhadap penyedia jasa, dan berpegang pada sikap yang baik pada penyedia jasa | 3. Menyukai transaksi tersebut 4. Merekomendasikan kepada orang lain | 4. Setuju (S) 5. Sangat Setuju (SS) |
| Kepuasan pengguna (Z) | kepuasan pengguna diartikan sebagai ukuran perasaan dan opini pengguna dari analisis perbandingan antara ekspektasi pengguna terhadap produk, jasa, atau sistem dengan hasil yang didapatkan secara faktual | 1. Pilihan tepat 2. Kesesuaian harapan 3. Kepuasan fasilitas 4. Totalitas memberikan layanan | 1. Sangat Tidak Setuju (STS) 2. Tidak Setuju (TS) 3. Kurang Setuju (KS) 4. Setuju (S) 5. Sangat Setuju (SS) |

Sumber : (Venkatesh et al., 2003) dan (Warsito, 2021)

F. Teknik pengumpulan data Penelitian

1. Kuesioner

Angket atau kuesioner yaitu teknik penghimpunan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan yang berbentuk tulisan kemudian disebar kepada responden. Peneliti akan mengajukan beberapa pernyataan dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna BSI *Mobile* di Kabupaten Cilacap yang menjadi sampel. Dalam mengukur loyalitas nasabah peneliti menggunakan Skala *Likert* dengan terdapat lima tingkatan jawaban sebagai berikut :

- Sangat Setuju = 5
- Setuju = 4
- Kurang Setuju = 3

- Tidak Setuju = 2
- Sangat Tidak Setuju = 1

2. Pengamatan atau Observasi

Observasi adalah suatu teknik penghimpunan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung di lapangan yang bertujuan untuk melihat serta mengamati keadaan suatu objek secara langsung dan transparan. Dalam penelitian ini observasi dilaksanakan dengan mengamati aktivitas responden secara langsung.

3. Wawancara

Teknik pengumpulan data penelitian dengan wawancara melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang mendalam dan terperinci tentang topik yang diteliti.

G. Teknik Analisis Data Penelitian

a. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2022) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dengan statistik deskriptif data yang terkumpul dianalisis dengan perhitungan rata-rata dan persentase, sehingga dapat menggambarkan objek penelitian, mayoritas gender (jenis kelamin) nasabah pengguna transaksi *cardless* BSI, rata-rata usia nasabah pengguna transaksi *cardless* BSI, rata-rata pekerjaan, dan rata-rata Tingkat akhir pendidikan nasabah pengguna transaksi *cardless* BSI di Kabupaten Cilacap.

b. MSI (*Method of Successive Interval*)

Skala data merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan dalam melakukan analisis data. Hal tersebut dikarenakan setiap metode analisis mensyaratkan jenis data yang dapat digunakan dengan metode tersebut.

Misalnya dalam analisis data yang menggunakan regresi linier berganda, mensyaratkan data yang digunakan berskala interval atau rasio. Apabila data yang berkala ordinal tetap digunakan dalam analisis regresi linier berganda, maka akan diperoleh interpretasi yang keliru dari model regresi tersebut. Untuk mengatasi masalah tersebut maka terdapat 2 solusi yang dapat dilakukan, pertama dengan tetap menggunakan data ordinal dan mengganti teknik analisis datanya, atau mengganti/mentransformasi data dari nominal menjadi interval agar analisis regresi linier dapat digunakan.

Dalam penelitian ini, hasil transformasi data dari ordinal ke interval dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Transformasi MSI adalah sebuah metode transformasi data ordinal menjadi data interval dengan mengubah proporsi kumulatif setiap peubah pada kategori menjadi nilai kurva normal bakunya. Berdasarkan hasil dari transformasi data ordinal menjadi interval tersebut, dapat diketahui bahwa input analisis data bersumber dari data hasil interval yang diolah dengan metode MSI. Hal ini berlaku untuk variabel independent, variabel dependen, dan variabel moderasi. Masing-masing data yang ditransformasikan dipilih menurut karakteristik variabelnya sehingga dalam input analisis data dengan menggunakan SPSS 29.0 dapat dengan mudah mengkalkulasikan atau menghitung secara komputerisasi menurut variabel yang diuji baik independen dan dependen (Muchlis, 2011).

Tahapan-tahapan transformasi data dengan MSI :

1. Menghitung frekuensi observasi untuk setiap kategori
2. Menghitung proporsi berdasarkan frekuensi setiap kategori
3. Menghitung proporsi kumulatif untuk setiap kategori dari proporsi yang diperoleh
4. Menghitung nilai Z (distribusi normal) untuk setiap proporsi kumulatif
5. Menentukan nilai batas Z (nilai fungsi pada probabilitas/*probability density function* pada absis Z) untuk setiap kategori, dengan rumus

$$\delta(Z) = \frac{1}{\sqrt{2\pi}} e^{-\left(\frac{Z^2}{2}\right)}, -\infty < Z < +\infty$$

Dengan $\pi = 3.14159$ dan $e = 2.71828$.

6. Menghitung *scale value* (interval rata-rata) untuk setiap kategori

$$scale = \frac{\text{kepadatan batas bawah} - \text{kepadatan batas atas}}{\text{daerah di bawah atas} - \text{daerah dibawah batas bawah}}$$

7. Menghitung *score* (nilai hasil transformasi) untuk setiap kategori melalui persamaan :

$$Score = scale\ value + |scale\ value_{min}| + 1$$

8. Transformasi seluruh data asli ke interval.

c. Uji Instrumen

Uji instrumen adalah proses pengujian untuk menilai kualitas dan validitas suatu instrumen pengukuran, seperti kuesioner atau angket. Uji instrumen dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen tersebut dapat mengukur variabel yang diinginkan dengan akurat dan dapat diandalkan. Beberapa uji instrmen yang dilakukan yaitu :

1) Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang dilakukan untuk memastikan ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur variabel yang diinginkan. Dalam penelitian, uji validitas penting untuk memastikan bahwa alat pengukuran yang dipergunakan benar-benar mengukur sesuatu yang memang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013).

Pengujian validitas dapat dilakukan melalui bantuan program SPSS, dengan menguji setiap item pernyataan yang menunjukkan indikator variabel, dengan ketentuan perbandingan nilai r hitung dengan nilai r tabel, jika nilai r hitung $>$ r tabel maka penelitian dianggap valid. Tingkat validitas juga dapat ditentukan dengan nilai validitas $<$ 0,5 penelitian dianggap valid. Rumus uji validitas yaitu :

$$r\ \text{hitung} = \frac{n\ \Sigma\ XY - (\Sigma X \cdot \Sigma Y)}{\sqrt{(n\ \Sigma\ x^2 - (\Sigma X)^2)(n\ \Sigma\ Y^2 - (\Sigma Y)^2)}}$$

keterangan :

r xy : koefisien korelasi

n : banyaknya sampel

ΣXY : jumlah perkalian variabel x dan y

ΣX : jumlah nilai variabel x

ΣY : jumlah nilai variabel y

ΣX^2 : jumlah pangkat dari nilai variabel x

ΣY^2 : jumlah pangkat dari nilai variabel y

2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan guna mengetahui apakah hasil kuesioner yang dijawab responden benar-benar stabil dalam pengukuran kejadian. Jika instrumen yang digunakan beberapa kali mengukur objek yang sama, dan data yang dihasilkannya identik, maka instrumen tersebut dianggap dapat diandalkan (reliabel) (Sugiyono, 2022). Pengujian ini menggunakan program SPSS 29, karena instrumen penelitian berbentuk kuesioner atau angket dengan skala *likert*, maka rumus *Cornbach Alpha* digunakan dalam pengujian ini. Nilai *Cornbach Alpha* $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut dapat dikatakan reliabel, namun apabila *Cornbach Alpha* $< 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak reliabel. Rumus uji reliabilitas yaitu

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sum \sigma^2} \right]$$

Keterangan :

r : reliabilitas instrument

$\Sigma \sigma_i$: jumlah varians skor tiap item

K : banyaknya soal

σ^2 : varians total.

d. Uji asumsi klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memastikan apakah variabel independen dan variabel dependen dalam model regresi memiliki distribusi normal. Pengujian normalitas dilihat dari histogram kurva *dependent* dan *regression standardized residual*, grafik normal *P-plot*, dan uji statistik *kolmogorov smirnov*, yaitu jika nilai *Asymp sig* $> 0,05$

maka data berdistribusi normal, namun jika nilai Asymp sig $< 0,05$ maka dikatakan data tidak berdistribusi dengan normal (Sugiyono, 2022).

2) Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah ada atau tidak korelasi yang tinggi di antara variabel independen yang terbentuk dalam model regresi. Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika nilai toleransi $> 0,1$ dan VIF < 10 maka dinyatakan tidak ada multikolinieritas. Namun jika nilai toleransi $< 0,1$ dan VIF > 10 , maka dikatakan terjadi multikolinieritas.

3) Uji Heteroskedastisitas

Digunakan untuk menguji apakah nilai varian variabel-variabel dalam suatu model regresi tidak sama. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas. Artinya varian dari satu observasi ke observasi lainnya adalah konstan. Dalam penelitian ini terdapat satu cara untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, diantaranya yaitu :

- Scatter plot, cara ini adalah cara yang tidak formal, akan tetapi dapat digunakan sebagai indikator adanya heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas (titik-titik menyebar) maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Astuti, 2019).

e. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikansi Parameter Individual/ Parsial (Uji t)

Uji t dimaksudkan untuk menguji secara parsial pengaruh signifikan masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika t hitung $> t$ tabel maka hipotesis diterima dalam arti terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen. Sebaliknya jika t hitung $< t$ tabel maka hipotesis ditolak.

Tahapan-tahapan dalam melakukan uji parsial (uji t) :

1. Menentukan formulasi hipotesis penelitian

1) H_{O1} : *Performance Expectancy* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

H_{a1} : *Performance Expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

2) H_{O2} : *Effort Expectancy* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

H_{a2} : *Effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

3) H_{O3} : *Social Influence* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

H_{a3} : *Social influence* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

4) H_{O4} : Kepuasan pengguna tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

H_{a4} : Kepuasan Pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

2. Menentukan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan Tingkat kebenaran sebesar 95%

3. Menghitung nilai t hitung dengan rumus $T_{hitung} = b_i / S_{b_i}$

Keterangan :

B_i : Koefisien regresi variabel independen

S_{b_i} : Standar error variabel independen

4. Menentukan derajat kebebasan (nilai t tabel) dari rumus $df = (\alpha/2; n-k-1$ atau $100-4-1 = 95$. Diketahui nilai t tabel 1,985 dengan signifikansi $0,5/2 = 0,025$ (uji 2 sisi).

Keterangan :

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel independen

5. Menentukan kriteria penerimaan hipotesis apabila :

1) H_0 diterima jika nilai t hitung \leq t tabel atau nilai sig. $> \alpha$ (0,05)

2) H_a diterima jika nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai sig. $\leq \alpha$ (0,05)

6. Membandingkan nilai t hitung dengan nilai t table atau nilai signifikansi dengan α (0,05)

7. Menarik Kesimpulan.

2) Uji F (Simultan)

Uji statistik F dilakukan untuk menjelaskan apakah semua variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara Bersama-sama. Semua variabel independen mempengaruhi variabel terikat secara bersama-sama, jika tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05.

Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F-tabel dengan nilai F-hitung. Jika F hitung $<$ F tabel atau Sig $>$ 0,05 maka kesimpulannya semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen. Sedangkan Jika F-hitung $>$ F-tabel atau Sig $<$ 0,05 artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen (Sugiyono, 2022).

Tahapan-tahapan dalam melakukan uji simultan (uji f) :

1. Menentukan formulasi hipotesis penelitian

1) H_{05} : *Performance expectancy, effort expectancy, social influence*, dan kepuasan pengguna secara simultan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap

- 2) H_{a5} : *Performance expectancy, effort expectancy, social influence*, dan kepuasan pengguna secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap
2. Menentukan taraf signifikansi sebesar 5% (0,05) dengan Tingkat kebenaran sebesar 95%
 3. Menghitung nilai F hitung dengan rumus

$$F_{hitung} = R^2/k // (1-R^2)/(n-k-1)$$
 Keterangan :
 - R^2 : Koefisien determinasi
 - N : Jumlah data atau kasus
 - K : Jumlah variabel dependen
 4. Menentukan derajat kebebasan (f tabel) dengan rumus :

$$F_{tabel} = \alpha : (k; n-k-1)$$
 Keterangan :
 - α : Tingkat signifikan (0,05)
 - n : jumlah sampel
 - k : variabel bebas yang digunakan
 5. Menentukan kriteria penerimaan hipotesis apabila :
 - 1) H_0 diterima jika nilai sig. $> \alpha$ (0,05) atau nilai t hitung $\leq t$ tabel
 - 2) H_a diterima jika nilai sig. $\leq \alpha$ (0,05) atau nilai t hitung $> t$ tabel
 6. Membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel atau nilai signifikansi dengan α (0,05)
 7. Menarik Kesimpulan.
- f. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Metode analisis ini digunakan untuk menentukan seberapa jauh kemampuan model regresi untuk menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi diantara nol hingga satu. Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 yang artinya, sebesar R^2 variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh

variabel independent dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut rumus mencari R^2 :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien garis regresi $X_1 X_2 X_3$

Y = *Return on Assets (ROA)*

$X_1 X_2 X_3$ = *Capital Adequacy Ratio (CAR)*

g. Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis / MRA*)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus untuk analisis regresi linear berganda, dimana persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen).

Untuk melihat bagaimana variabel moderator berdampak pada hubungan antara variabel independen dan variabel dependen, penelitian ini menggunakan metode *Moderated Regression Analysis (MRA)*. MRA adalah model regresi yang menggunakan variabel moderator. Nilai signifikan koefisien b_2 harus lebih kecil dari α (sig.<5%), jika variabel kepuasan pengguna adalah variabel moderator, namun apabila nilai signifikansi lebih besar dari 5%, kepuasan pengguna bukan termasuk variabel moderator (Liana, 2009).

Persamaan uji regresi moderating dengan uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis (MRA)* dapat ditulis sebagai berikut :

Persamaan regresi model 1 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 Z + e$$

Persamaan regresi model 2 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z + \beta_3 X_2 Z + e$$

Persamaan regresi model 3 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_3 + \beta_2 Z + \beta_3 X_3 Z + e$$

Keterangan :

\hat{Y} = Loyalitas Nasabah

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi *Performance Expectancy*

β_2 = Koefisien Regresi *Effort Expectancy*

β_3 = Koefisien Regresi *Social Influence*

X_1 = *Performance Expectancy*

X_2 = *Effort Expectancy*

X_3 = *Social Influence*

Z = Kepuasan Pengguna

e = *Error Term*



BAB IV PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

PT Bank Syariah Indonesia Tbk atau yang disingkat dengan BSI adalah industri perbankan syariah yang secara resmi didirikan pada tanggal 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan bank hasil penggabungan (*merger*) dari tiga bank yang dimiliki oleh bank BUMN, yaitu PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT Bank BRI Syariah Tbk yang dimerger dengan istilah bank syariah Indonesia, melalui surat keputusan otoritas jasa keuangan (OJK) No.04/KDK.03/2021. Komposisi pemegang saham PT Bank Syariah Indonesia Tbk diantaranya yaitu, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Dan sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing dibawah 5%.

Sebelum berdirinya PT Bank Syariah Indonesia, pada awalnya PT Bank Syariah Mandiri merupakan Perbankan Syariah Di Indonesia yang lebih dulu menyediakan layanan *mobile banking* sejak tahun 2007. Layanan tersebut diberi nama dengan sebutan mandiri syariah *mobile* merupakan aplikasi *financial technology* dari bank syariah mandiri. Layanan ini digunakan untuk transaksi keuangan yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi tanpa perlu ke mesin ATM dan mengunjungi kantor-kantor cabang sekitar.

Bank Syariah Indonesia memiliki keunggulan diantaranya menjamin kepuasan pelanggan, jaminan perlindungan simpanan nasabah, peningkatan kualitas layanan nasabah, kemudahan akses informasi dan jaringan layanan pada perbankan, memberikan penawaran menarik kepada nasabah dan sudah mendapatkan banyak penghargaan. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cermin wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).

PT Bank Syariah Indonesia Tbk memiliki 1.244 kantor cabang dan kantor cabang pembantu yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, dengan jumlah karyawan sebanyak 19.449 orang karyawan. Dan memiliki 1785 ATM dengan lebih dari 14,9 juta nasabah di seluruh Indonesia. Di Kabupaten Cilacap sendiri, terdapat 1 kantor cabang (KC) dan 4 kantor cabang pembantu (KCP), diantara yaitu :

Tabel 4.1
Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap

| No | Bank BSI | No. Telepon | Alamat |
|----|-------------------------------|-------------------------------|---|
| 1 | BSI KC Cilacap A Yani | (0282) 531015, 531038 | Jl. A. Yani No. 97, Cilacap, Jawa Tengah |
| 2 | BSI KCP Cilacap Diponegoro | (0280) 623095, 623090, 623091 | Jl. Diponegoro No. 60, Desa Sindangsari, Kec. Majenang, Kab. Cilacap, Jawa Tengah |
| 3 | BSI KCP Cilacap Gatot Subroto | 0281 622777 | Jl. Gatot Subroto No. 57, Kab. Cilacap, Jawa Tengah |
| 4 | BSI KCP Cilacap S Parman | 0282 520046 | Jl. S. Parman Ruko Pelangi No. 10E, Cilacap, Jawa Tengah |
| 5 | BSI KCP Cilacap Kroya | 0282 494650 | Jl. Jend. A. Yani, Semingkir, Bajing, Kroya, Cilacap |

Sumber : Data sekunder diolah dari berbagai sumber (2024)

B. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner *online* sebagai sumber data primer yang disebar melalui *google form* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Responden penelitian ini berasal dari kalangan masyarakat Kabupaten Cilacap yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Adapun karakteristik responden penelitian ini meliputi : jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, penggunaan BSI *mobile*, dan penggunaan transaksi *cardless*.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No. | Jenis Kelamin | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|--------|---------------|------------------|----------------|
| 1. | Laki-laki | 38 | 38% |
| 2. | Perempuan | 62 | 62% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas diketahui jumlah responden berjenis kelamin Perempuan lebih banyak dibandingkan jenis kelamin laki-laki, dengan perbandingan jenis kelamin perempuan sebanyak 62 responden (62%) sedangkan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 38 responden (38%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar atau mayoritas responden dalam penelitian ini berasal dari nasabah BSI di Kabupaten Cilacap yang berjenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| No. | Usia | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|--------|-------|------------------|----------------|
| 1. | 17-25 | 66 | 66% |
| 2. | 26-33 | 17 | 17% |
| 3. | 34-40 | 11 | 11% |
| 4. | 41-50 | 6 | 6% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas sebagian besar responden penelitian berusia 17-25 tahun dengan jumlah responden sebanyak 66 orang atau dengan persentase 66%. Sedangkan responden minoritas atau yang jumlahnya paling sedikit berusia 41-50 tahun dengan jumlah responden sebanyak 6 orang atau dengan persentase 6%. Responden dengan rentang

usia 17-25 tahun lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan responden usia lain karena nasabah BSI tersebut yang lebih banyak menggunakan fitur transaksi tanpa kartu atau *cardless transaction BSI mobile* sebagai layanan inovasi teknologi dalam melakukan transaksi keuangan.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No. | Pekerjaan | Jumlah Responden | Persentase (%) |
|--------|--------------------|------------------|----------------|
| 1. | PNS/POLRI/TNI | 15 | 15% |
| 2. | Ibu Rumah Tangga | 5 | 5% |
| 3. | Pegawai Swasta | 36 | 36% |
| 4. | Pelajar/ Mahasiswa | 39 | 39% |
| 5. | Lainnya | 5 | 5% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, mayoritas responden dalam penelitian ini berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yang berjumlah 39 orang responden dengan persentase 39%. Sedangkan responden yang jumlahnya paling sedikit yaitu berprofesi lainnya yang berjumlah 5 orang dengan persentase 5%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

| No. | Pendidikan | Jumlah Responden | Persentase % |
|--------|-------------------|------------------|--------------|
| 1. | SD/Sederajat | 1 | 1% |
| 2. | SMP/Sederajat | 2 | 2% |
| 3. | SMA/Sederajat | 79 | 79% |
| 4. | Diploma/Sederajat | 18 | 18% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.5 di atas, dapat diketahui pendidikan terakhir responden pengguna *cardless transaction* paling banyak pada jenjang pendidikan SMA/Sederajat yang berjumlah 79 orang dengan persentase 79%, sedangkan jenjang pendidikan SD/Sederajat berjumlah paling sedikit diantara jenjang pendidikan yang lain yaitu 1 orang dengan persentase 1%.

C. Pengujian dan Hasil Analisis Data Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang dilakukan untuk memastikan ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur variabel yang diinginkan. Dalam konteks penelitian, uji validitas penting untuk memastikan bahwa alat pengukuran yang dipergunakan benar-benar mengukur sesuatu yang memang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013). Kevalidan dari setiap pernyataan dapat dilihat menggunakan kriteria $\alpha = 0,05$ dengan r hitung $> r$ tabel maka data dinyatakan valid, jika r hitung $< r$ tabel maka data dinyatakan tidak valid. Menentukan nilai r tabel pada penelitian ini menggunakan rumus $df=n-2$ yang hasilnya $100-2=98$. Maka nilai r tabel pada penelitian ini adalah 0,195. Alat yang digunakan untuk pengujian validitas menggunakan software SPSS versi 29. Berikut tabel hasil uji validitas variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), loyalitas nasabah (Y), dan kepuasan pengguna (Z) :

a. Uji Validitas *Performance Expectancy*

Validitas *Performance Expectancy* diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban paling tinggi. Hasil uji validitas *Performance Expectancy* yaitu :

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel *Performance Expectancy* (X1)

| Item pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
|-----------------|------------------|-----------------|------------|
| X1.1 | 0,572 | 0,195 | Valid |
| X1.2 | 0,620 | 0,195 | Valid |
| X1.3 | 0,599 | 0,195 | Valid |
| X1.4 | 0,607 | 0,195 | Valid |
| X1.5 | 0,625 | 0,195 | Valid |

| | | | |
|-------|-------|-------|-------|
| X1.6 | 0,616 | 0,195 | Valid |
| X1.7 | 0,659 | 0,195 | Valid |
| X1.8 | 0,567 | 0,195 | Valid |
| X1.9 | 0,619 | 0,195 | Valid |
| X1.10 | 0,338 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.6 di atas diketahui nilai r hitung setiap item pernyataan *performance expectancy* 1 sampai 10 nilainya lebih besar dari r tabel atau r hitung $>$ r tabel. Sehingga setiap pernyataan dalam variabel *performance expectancy* (X1) dapat digunakan untuk penelitian.

b. Uji Validitas *Effort Expectancy*

Validitas *Effort Expectancy* diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban paling tinggi. Hasil uji validitas *Effort Expectancy* yaitu :

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel *Effort Expectancy* (X2)

| Item pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
|-----------------|------------------|-----------------|------------|
| X2.1 | 0,626 | 0,195 | Valid |
| X2.2 | 0,652 | 0,195 | Valid |
| X2.3 | 0,606 | 0,195 | Valid |
| X2.4 | 0,631 | 0,195 | Valid |
| X2.5 | 0,593 | 0,195 | Valid |
| X2.6 | 0,629 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas diketahui nilai r hitung setiap item pernyataan variabel *effort expectancy* 1 sampai 6 nilainya lebih besar dari r tabel atau r hitung $>$ r tabel. Sehingga setiap pernyataan dalam variabel *effort expectancy* (X2) dapat digunakan untuk penelitian.

c. Uji Validitas *Social Influence*

Validitas *Social Influence* diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban paling tinggi. Hasil uji validitas *social influence* dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel *Social Influence* (X3)

| Item pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
|-----------------|----------------|---------------|------------|
| X3.1 | 0,715 | 0,195 | Valid |
| X3.2 | 0,664 | 0,195 | Valid |
| X3.3 | 0,607 | 0,195 | Valid |
| X3.4 | 0,570 | 0,195 | Valid |
| X3.5 | 0,643 | 0,195 | Valid |
| X3.6 | 0,621 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas diketahui nilai r hitung setiap item pernyataan variabel *social influence* 1 sampai 6 nilainya lebih besar dari r tabel atau r hitung > r tabel. Sehingga setiap pernyataan dalam variabel *social influence* (X3) dapat digunakan untuk penelitian.

d. Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Validitas loyalitas nasabah diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban paling tinggi. Hasil uji validitas loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

| Item pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
|-----------------|----------------|---------------|------------|
| Y.1 | 0,632 | 0,195 | Valid |
| Y.2 | 0,422 | 0,195 | Valid |
| Y.3 | 0,513 | 0,195 | Valid |
| Y.4 | 0,685 | 0,195 | Valid |
| Y.5 | 0,562 | 0,195 | Valid |
| Y.6 | 0,542 | 0,195 | Valid |
| Y.7 | 0,530 | 0,195 | Valid |
| Y.8 | 0,592 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.9 di atas diketahui nilai r hitung setiap item pernyataan variabel loyalitas nasabah 1 sampai 8 nilainya lebih besar dari r tabel atau r hitung > r tabel. Sehingga setiap pernyataan dalam variabel loyalitas nasabah (Y) dapat digunakan untuk penelitian.

e. Uji Validitas Kepuasan Pengguna

Validitas kepuasan pengguna diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban paling tinggi. Hasil uji validitas kepuasan pengguna dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna (Z)

| Item pernyataan | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Keterangan |
|-----------------|----------------|---------------|------------|
| Z.1 | 0,642 | 0,195 | Valid |
| Z.2 | 0,532 | 0,195 | Valid |
| Z.3 | 0,601 | 0,195 | Valid |
| Z.4 | 0,514 | 0,195 | Valid |
| Z.5 | 0,514 | 0,195 | Valid |
| Z.6 | 0,515 | 0,195 | Valid |
| Z.7 | 0,646 | 0,195 | Valid |
| Z.8 | 0,561 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.10 di atas diketahui nilai r hitung setiap item pernyataan variabel kepuasan pengguna 1 sampai 8 nilainya lebih besar dari r tabel atau $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Sehingga setiap pernyataan dalam variabel kepuasan pengguna (Z) dapat digunakan untuk penelitian.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki arti keterpaksaan, konsisten dan sebagainya. Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden pada pernyataan tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Reliabilitas yang tinggi ketika mendekati angka 1. Kriteria uji reliabilitas dilihat pada nilai *alpha* yaitu jika nilai *alpha* minimal 0,60 maka dimensi dalam variabel dikatakan reliabel. Berikut tabel hasil uji reliabilitas :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronchbach Alpha</i> | R alpha | Status |
|-----------------------------|-------------------------|---------|----------|
| Performance Expectancy (X1) | 0,783 | 0,60 | Reliabel |
| Effort Expectancy (X2) | 0,684 | | Reliabel |
| Social Influence (X3) | 0,705 | | Reliabel |

| | | |
|-----------------------|-------|----------|
| Kepuasan Pengguna (Z) | 0,697 | Reliabel |
| Loyalitas Nasabah (Y) | 0,688 | |

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid, karena nilai *Cronchbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

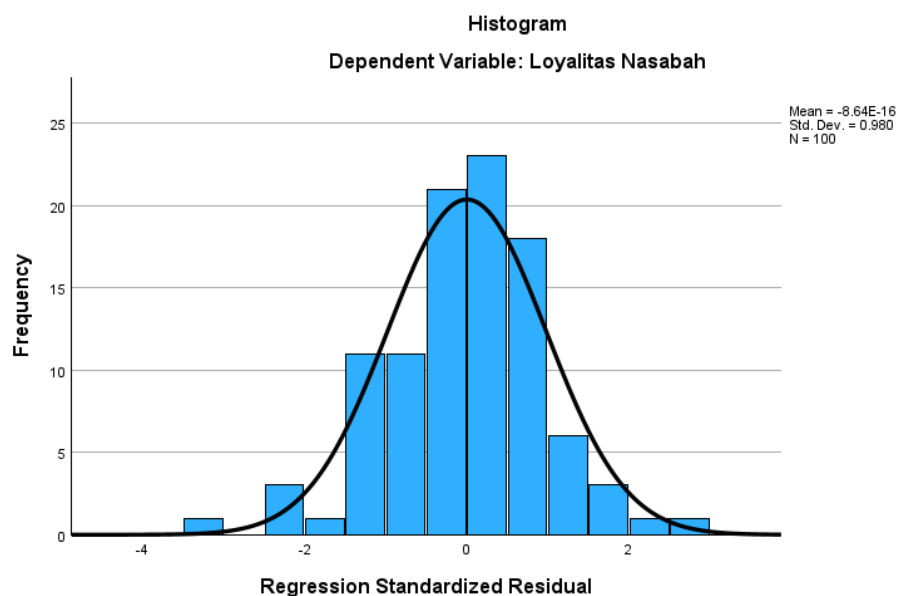
3. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi variabel pengganggu atau residual normal atau tidak. Penelitian uji normalitas ini dilihat dari histogram kurva *dependent* dan *regression standardized residual*, grafik normal *P-plot*, dan uji statistik *kolmogorov smirnov*.

a) Uji Normalitas Histogram

Gambar 4.1
Uji Normalitas Histogram

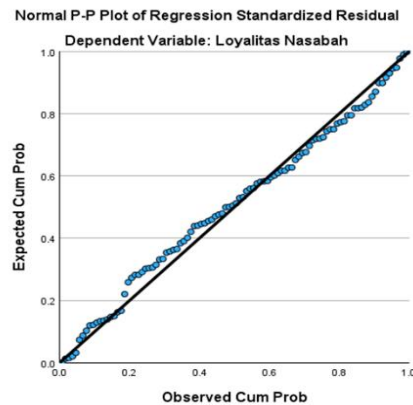


Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.1 tampilan histogram terlihat bahwa kurva *dependent variabel* dan *regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan.

b) Uji Normalitas *P-plot*

Gambar 4.2
Uji Normalitas *P-plot*



Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.2 tampilan normal *P-plot of regression standardized residual* terlihat bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal grafik. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan.

c) Uji Normalitas *Kolmogorov Smirnov*

Tabel 4.12

Hasil Uji Statistik *Kolmogorov Smirnov*

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | Unstandardized Residual | |
|--|-------------------------|-------------------------|------|
| N | | 100 | |
| Normal Parameters ^{a, b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | 2.81719517 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .068 | |
| | Positive | .049 | |
| | Negative | -.068 | |
| Test Statistic | | .068 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .200 ^d | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e | Sig. | .290 | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .278 |
| | | Upper Bound | .301 |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *kolmogorov smirnov* diketahui bahwa hasil dikatakan normal apabila tingkat sig > 0,05. Nilai signifikansi yang dihasilkan 0,200 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *residual* berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Dikatakan apabila nilai VIF (*variance inflation factor*) < 10 atau masih berada diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.13
Uji Multikolinearitas

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 4.669 | 2.217 | | 2.106 | .038 | | |
| | Performance Expectancy | .086 | .080 | .111 | 1.074 | .285 | .455 | 2.200 |
| | Effort Expectancy | .312 | .133 | .261 | 2.341 | .021 | .391 | 2.555 |
| | Social Influence | .138 | .107 | .119 | 1.289 | .201 | .565 | 1.770 |
| | Kepuasan Pengguna | .384 | .087 | .385 | 4.415 | <.001 | .637 | 1.569 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

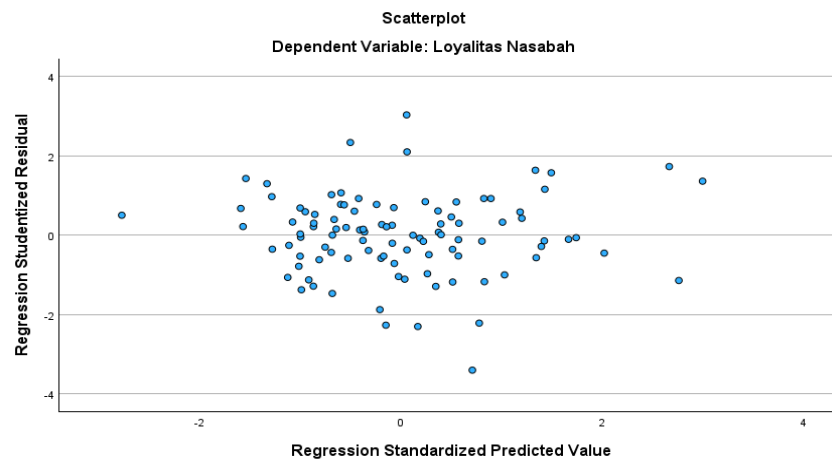
Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai lebih kecil dari angka 10. Variabel *performance expectancy* sebesar 2,200, *effort expectancy* sebesar 2,555, *social influence* sebesar 1,770 dan kepuasan pengguna sebesar 1,569. Artinya model regresi pada penelitian ini tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan asumsi bebas pada korelasi model terpenuhi.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat melalui gambar *Scatterplot*, yaitu apabila tidak terdapat pola yang jelas (titik-titik menyebar) maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan gambar 4.3 diketahui bahwa titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak berpola, dan penyebaran tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Maka, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui signifikansi dari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan tingkat signifikan 0,05. Kriteria dalam pengujian ini yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $sig < 0,05$ maka terdapat pengaruh yang positif dan signifikan atau hipotesis (H_a) diterima.

Menentukan nilai t tabel pada penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Nilai } t \text{ tabel} &= (a/2; n-k-1) \\ &= (0,05/2; 100-4-1) \\ &= 0,025; 95 \\ &= 1,985 \end{aligned}$$

Tabel 4.14
Hasil Uji t (Parsial)

| | | Coefficients ^a | | | | | Collinearity Statistics | |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Tolerance | VIF |
| | | B | Std. Error | Beta | | | | |
| 1 | (Constant) | 4.669 | 2.217 | | 2.106 | .038 | | |
| | Performance Expectancy | .086 | .080 | .111 | 1.074 | .285 | .455 | 2.200 |
| | Effort Expectancy | .312 | .133 | .261 | 2.341 | .021 | .391 | 2.555 |
| | Social Influence | .138 | .107 | .119 | 1.289 | .201 | .565 | 1.770 |
| | Kepuasan Pengguna | .384 | .087 | .385 | 4.415 | <.001 | .637 | 1.569 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan uji t 4.14 yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa :

1) Variabel *Performance Expectancy*

Berdasarkan hasil uji yang ditunjukkan t tabel untuk variabel *performance expectancy* diketahui bahwa nilai signifikansi $0,285 > 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $1,074 < 1,985$. Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel *performance expectancy* (X1) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

2) Variabel *Effort Expectancy*

Berdasarkan hasil uji yang ditunjukkan t tabel untuk variabel *effort expectancy* diketahui bahwa nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $2,341 > 1,985$. Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel *effort expectancy* (X2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

3) Variabel *Social Influence*

Berdasarkan hasil uji yang ditunjukkan t tabel untuk variabel *social influence* diketahui bahwa nilai signifikansi $0,201 > 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $1,289 < 1,985$. Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 ditolak yang

berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel *social influence* (X3) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

4) Variabel Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel kepuasan pengguna diketahui bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4,415 > 1,985$. Nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% adalah 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa H_4 diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel kepuasan pengguna (Z) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

2) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Untuk kriteria pengujian signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) :

- a. H_0 ditolak dan H_a diterima apabila nilai sig. $\leq \alpha$ (0,05) atau nilai t hitung $> t$ tabel, yang artinya variabel independen secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila nilai sig. $> \alpha$ (0,05) atau nilai t hitung $\leq t$ tabel, yang artinya variabel independen secara bersamaan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Menentukan nilai F tabel pada penelitian ini menggunakan rumus :

$$\begin{aligned}
 \text{F tabel} &= \alpha : (k ; n-k-1) \\
 &= (0,05 ; 100-4-1) \\
 &= (0,05 ; 95) \\
 &= 2,47
 \end{aligned}$$

Tabel 4.15
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 | Regression | 918.667 | 4 | 229.667 | 27.769 | <.001 ^b |
| | Residual | 785.722 | 95 | 8.271 | | |
| | Total | 1704.389 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengguna, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Pada tabel anova 4.15 diatas, dapat diketahui bahwa model regresi yang telah dibuat untuk mengetahui daerah penolakan hipotesis (H_0). Daerah penolakan adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $27,769 > 2,47$. Untuk mengetahui hasil uji F juga dapat dilihat pada nilai signifikansi yaitu $0,01 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_5 diterima, yang berarti terdapat pengaruh variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), dan kepuasan pengguna (Z) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menjelaskan pengaruh pada variabel independen terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi merupakan alat untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel X dan variabel Y. Nilai R^2 kisaran 0 sampai 1, semakin mendekati 1 maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Sebaliknya, semakin nilai R^2 mendekati 0 maka pengaruhnya semakin lemah. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

| Model Summary^b | | | | |
|----------------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .734 ^a | .539 | .520 | 2.87589 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengguna, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa nilai R Square 0,539 atau 53,9% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), dan kepuasan pengguna (Z) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam penggunaan transaksi *cardless* sebesar 53,9% dan sisanya 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

6. Analisis Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis/MRA*)

Uji interaksi merupakan aplikasi khusus untuk analisis regresi linear berganda, dimana persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen). Persamaan uji regresi moderasi dengan uji interaksi dapat ditulis sebagai berikut :

Persamaan regresi model 1 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 Z + e$$

Persamaan regresi model 2 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z + \beta_3 X_2 Z + e$$

Persamaan regresi model 3 (MRA)

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_3 + \beta_2 Z + \beta_3 X_3 Z + e$$

Keterangan :

\hat{Y} = Loyalitas Nasabah

α = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi *Performance Expectancy*

β_2 = Koefisien Regresi *Effort Expectancy*

- β_3 = Koefisien Regresi *Social Influence*
 X1 = *Performance Expectancy*
 X2 = *Effort Expectancy*
 X3 = *Social Influence*
 Z = Kepuasan Pengguna
 e = *Error Term*

1) Variabel *Performance Expectancy*

Tabel 4.17
Hasil Uji Moderated Regression Analysis Model 1

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 39.849 | 17.996 | | 2.214 | .029 |
| | Performance Expectancy | -.646 | .456 | -.798 | -1.419 | .159 |
| | Kepuasan Pengguna | -.658 | .598 | -.640 | -1.101 | .274 |
| | Interaksi 1 | .029 | .015 | 1.926 | 1.958 | .053 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel interaksi 1 (interaksi *performance expectancy* dan kepuasan pengguna) yaitu sebesar 1,958 dengan signifikansi 0,053. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung $1,958 < t$ tabel 1,985, sedangkan nilai signifikansi $0,053 > 0,05$. Dengan demikian maka H_0 ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh positif atau signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Artinya kepuasan pengguna tidak mampu berperan sebagai variabel moderasi pada pengaruh *performance expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

2) Variabel *Effort Expectancy*

Tabel 4.18

Hasil Uji *Moderated Regression Analysis Model 2*

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 38.083 | 13.958 | | 2.728 | .008 |
| | Effort Expectancy | -.907 | .590 | -.746 | -1.537 | .128 |
| | Kepuasan Pengguna | -.630 | .457 | -.613 | -1.379 | .171 |
| | Interaksi 2 | .044 | .019 | 1.915 | 2.362 | .020 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.18 di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel interaksi 2 (interaksi *effort expectancy* dan kepuasan pengguna) adalah sebesar 2,362 dengan signifikansi 0,020. dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung $2,362 > t$ tabel 1,985, sedangkan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Dengan demikian maka H_7 diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Artinya kepuasan pengguna mampu berperan sebagai variabel moderasi pada pengaruh *effort expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

3) Variabel *Social Influence*

Tabel 4.19

Hasil Uji *Moderated Regression Analysis Model 3*

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 28.176 | 15.036 | | 1.874 | .064 |
| | Social Influence | -.644 | .659 | -.563 | -.977 | .331 |
| | Kepuasan Pengguna | -.191 | .483 | -.186 | -.395 | .693 |
| | Interaksi 3 | .031 | .021 | 1.313 | 1.509 | .134 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.19 di atas dapat dilihat bahwa nilai t hitung variabel interaksi 3 (interaksi *social influence* dan kepuasan pengguna) yaitu sebesar 1,509 dengan signifikansi 0,134. dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung $1,509 < t$ tabel 1,985, sedangkan nilai signifikansi $0,134 > 0,05$. Dengan demikian maka H_8 ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* tidak berpengaruh positif/signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Artinya kepuasan pengguna tidak mampu berperan sebagai variabel moderasi pada pengaruh variabel *social influence* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

D. Pembahasan Hasil Analisis Data

1. Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Dalam teori model UTAUT (*Unified Theory of Acceptance and Use of Technology*) *Performance Expectancy* (Ekspektasi kinerja) memiliki arti sejauh mana seorang individu memiliki kepercayaan bahwa dalam penggunaan pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan mereka dalam menjalani tugas atau kinerjanya pada suatu bidang tertentu dengan lebih baik. Dalam hal ini variabel *performance expectancy* berhubungan langsung akan kepercayaan menggunakan transaksi tanpa kartu (*cardless withdrawal*) BSI Mobile (Momani, 2020).

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara *Performance Expectancy* terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* BSI Mobile. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan hasil uji t untuk variabel *performance expectancy* yang diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,285 > 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $1,074 < 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **Hipotesis 1 ditolak**, yang berarti tidak terdapat pengaruh antara *performance*

expectancy (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* BSI *mobile*. Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara kepada nasabah BSI di Kabupaten Cilacap yang sudah pernah menggunakan fitur *cardless*, menjelaskan bahwa nasabah masih kurang meyakini atau kurang percaya untuk menggunakan layanan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia dalam melakukan transaksi keuangan pada kehidupan sehari-hari karena masih mengkhawatirkan tingkat keamanan, keterbatasan akses digital, ketidakfamiliaran, dan pengalaman buruk sebelumnya. Dalam hal ini masih terdapat nasabah yang lebih memilih menggunakan kartu fisik ATM atau berkunjung ke kantor bank terdekat untuk melakukan transaksi keuangan.

Fenomena yang terdapat di lingkungan sekitar menjelaskan bahwa nasabah BSI di Kabupaten Cilacap belum merasakan keuntungan dalam menggunakan fitur transaksi *cardless* BSI *mobile* untuk dapat meningkatkan kinerjanya, serta tidak merasakan peningkatan efektivitas terkait transaksi keuangan karena penggunaannya yang belum familiar serta masih dianggap kurang efektif dan efisien oleh beberapa nasabah. Hal ini tentu tidak selaras dengan teori yang sudah ada dimana *performance expectancy* seharusnya menjadi variabel inti atau faktor utama karena sangat mempengaruhi niat dan loyalitas pengguna.

Dalam konteks Islam, variabel *performance expectancy* pada penggunaan transaksi *cardless* berhubungan dengan niat individu atau seseorang untuk menggunakan teknologi keuangan syariah, seperti fitur transaksi *cardless withdrawal* BSI *mobile*, karena mereka percaya bahwa teknologi tersebut dapat membantu mereka dalam meningkatkan kinerja dan efisiensi dalam melakukan transaksi keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti dalam hal keamanan, kehalalan, dan ketaatan terhadap aturan syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mustaqim et al (2018) yang menyatakan bahwa faktor harapan kinerja (*performance expectancy*) tidak berpengaruh terhadap niat seseorang untuk bertransaksi di *e-commerce XYZ*. Hal ini ditunjukkan oleh tidak adanya pengaruh yang signifikan diantara faktor *performance expectancy* terhadap *behavioral intention*. Dan didukung penelitian yang dilakukan Lestari (2020) yang menjelaskan bahwa ekspektasi kinerja (*performance expectancy*) tidak berpengaruh langsung terhadap minat mahasiswa menggunakan aplikasi BRIS *Online*.

2. Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Effort Expectancy (ekspektasi usaha) merupakan ukuran kemudahan yang dikaitkan dengan penggunaan sistem teknologi (Venkatesh et al., 2003). Variabel ekspektasi usaha ini mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna dan keberlanjutannya terhadap penggunaan sistem tertentu. Semakin mudah layanan inovasi teknologi tersebut digunakan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan atau fitur tersebut.

Hasil pengujian yang telah dilakukan melalui uji t pada variabel *effort expectancy* terhadap loyalitas nasabah pada penggunaan transaksi *cardless* BSI *Mobile* di Kabupaten Cilacap menunjukkan hasil bahwa nilai signifikansi $0,021 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $2,341 > 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 2 diterima** yang berarti terdapat pengaruh antara variabel *effort expectancy* (X2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika suatu layanan inovasi teknologi memiliki kemudahan penggunaan dan dapat memberikan kebermanfaatan yang relatif, maka fitur tersebut dapat meningkatkan loyalitas penggunanya. Dilihat dari indikator variabel *effort expectancy* yaitu mempermudah transaksi keuangan, fiturnya kompleks

juga mudah untuk dipelajari, dan mempercepat aktivitas transaksi keuangan nasabah.

Effort expectancy pada transaksi *cardless* yang diberikan oleh pihak bank mampu meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap. Hal tersebut didukung oleh hasil wawancara kepada nasabah pengguna transaksi *cardless* BSI mobile yang menyatakan bahwa dalam menggunakan transaksi *cardless* BSI mobile banyak sekali kemudahan yang didapat, nasabah merasakan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan transaksi keuangan, fitur transaksi *cardless* juga mudah dipelajari oleh pengguna baru, terlebih penggunaannya praktis tanpa perlu membawa kartu fisik ATM.

Transaksi *cardless* memiliki kemampuan untuk memudahkan dan mempercepat proses transaksi keuangan, sesuai dengan preferensi pengguna yang menginginkan proses transaksi mudah, cepat, dan nyaman. Konsep *effort expectancy* memberikan arti bahwa apabila transaksi *cardless* mudah digunakan, maka pengguna lebih cenderung untuk terus- menerus menggunakannya, dan juga besar kemungkinan dapat mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah.

Dalam perspektif Islam, *effort expectancy* merujuk pada harapan kemudahan penggunaan suatu teknologi atau sistem, sejalan dengan prinsip-prinsip efisiensi dan kemudahan yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Islam menekankan pentingnya kemudahan (*yusr*) dan menghindari kesulitan yang tidak perlu dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi yang mudah digunakan mendukung penghematan waktu dan tenaga yang memungkinkan individu untuk memanfaatkan waktu dengan lebih baik, oleh karena itu, tinggi rendahnya *effort expectancy* suatu teknologi sangat penting karena teknologi yang mudah digunakan akan mempermudah umat islam dalam menjalankan aktivitas, sehingga membawa manfaat (masalah) yang lebih besar bagi individu dan masyarakat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mufingatun et al (2020) yang menyebutkan bahwa *effort expectancy*

berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi perilaku individu dalam melakukan transaksi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herlambang & Dewayanti (2018) menyatakan bahwa *effort expectancy* memiliki pengaruh terhadap niat seseorang dalam menggunakan layanan *mobile banking* BRI. Didukung penelitian yang dilakukan oleh Siagian & Yenni Samri Juliati Nasution (2023) menyatakan bahwa variabel ekspektasi usaha (*effort expectancy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi wakaf dalam berwakaf melalui platform *crowdfunding* wakaf. Dan penelitian yang dilakukan oleh Mulyani & Nugraha (2022) menyatakan bahwa *effort expectancy* berpengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan *E-Learning* selama pandemic covid-19.

3. Pengaruh *Social Influence* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Social Influence (Pengaruh Sosial) merupakan konstruk yang mengacu pada seberapa tinggi individu menilai bahwa keyakinan orang lain berperan penting terhadap keputusan penggunaan teknologi (Venkatesh et al., 2003). Konstruk ini dapat mempengaruhi niat perilaku penggunaan teknologi, dan dengan *social influence* seorang individu dapat mempengaruhi serta dipengaruhi untuk menggunakan fitur transaksi tanpa kartu (*cardless transaction*) Bank Syariah Indonesia.

Hasil pengujian yang telah dilakukan melalui uji t untuk variabel *social influence* diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,201 > 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel yaitu $1,289 < 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 3 ditolak** yang berarti tidak terdapat pengaruh antara variabel *social influence* (X3) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap.

Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa nasabah dalam menggunakan fitur transaksi *cardless* BSI *Mobile* tidak didukung atas pengaruh pihak lain, melainkan dengan kebutuhan dan keinginan atas nasabah itu sendiri dalam menggunakan fitur transaksi *cardless*. Hal

tersebut diperkuat oleh hasil wawancara kepada nasabah pengguna transaksi *cardless* BSI *Mobile*, nasabah menyatakan bahwa transaksi *cardless* lebih cenderung dipengaruhi oleh faktor teknologi dan preferensi pribadi atau kenyamanan mereka dalam menggunakan teknologi, bukan dari pengaruh lingkungan sosial.

Nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap yang menggunakan transaksi *cardless* merasa kurang tertarik dengan rekomendasi atau referensi orang lain seperti keluarga, teman, maupun orang-orang penting dalam merumuskan niat mereka untuk terus menggunakan fitur transaksi *cardless* BSI *mobile*. Hal ini dikarenakan nasabah belum merasa perlu untuk selalu menggunakan fitur *cardless* dan lebih cenderung melakukan transaksi keuangan secara tradisional dengan kartu ATM atau berkunjung langsung ke kantor cabang terdekat.

Dalam islam, pengaruh sosial bisa dipandang sebagai faktor yang dapat mempengaruhi perilaku individu dalam hal penggunaan teknologi. Namun, keputusan individu dalam menggunakan teknologi harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan yang bijak sesuai dengan nilai-nilai islam. Islam juga menekankan pentingnya kebebasan individu dalam membuat keputusan yang tepat dan bertanggung jawab. Jadi, pengaruh sosial yang bertujuan untuk mendorong individu agar melakukan sesuatu yang bertentangan dengan prinsip-prinsip moral dan hukum agama islam akan dianggap tidak sesuai.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siagian & Yenni Samri Juliati Nasution (2023) yang menjelaskan bahwa pengaruh sosial (*social influence*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi wakaf dalam berwakaf melalui platform *cowdfunding* wakaf. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Maharani (2021) menyatakan bahwa pengaruh sosial tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap niat generasi z menggunakan kembali transaksi *mobile payment*. Didukung penelitian yang dilakukan oleh Lestari, (2020) menyatakan

bahwa *social influence* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi BRIS *Online*.

4. Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Kepuasan pengguna diartikan sebagai ukuran perasaan dan opini pengguna dari analisis perbandingan antara ekspektasi pengguna terhadap produk, jasa, atau sistem dengan hasil yang didapatkan secara faktual. Dalam penelitian ini kepuasan pengguna dapat mempengaruhi berbagai aspek dan dinilai sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi loyalitas penggunanya.

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel kepuasan pengguna diketahui bahwa nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $4,415 > 1,985$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa **hipotesis 4 diterima** yang berarti terdapat pengaruh antara variabel kepuasan pengguna (Z) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam penggunaan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa nasabah pengguna transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap merasa bahwa layanan fitur yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan untuk melakukan transaksi *cardless withdrawal* dan transfer dimana saja dan kapan saja. Kepuasan pengguna merupakan indikator utama dari pengalaman positif atau negatif yang dirasakan oleh nasabah pada saat menggunakan layanan tersebut, kepuasan pengguna yang tinggi akan memberikan efek positif bagi bank tersebut.

Pernyataan hasil wawancara kepada nasabah pengguna transaksi *cardless* BSI *mobile* menjelaskan bahwa kepuasan yang dirasakan ini membuat nasabah menjadi loyal dan mendorong nasabah untuk melakukan transaksi *cardless* secara berulang dan sukarela untuk mengutarakan hal-hal positif tentang fitur *cardless* yang mereka gunakan. Hal ini tidak hanya menciptakan loyalitas nasabah, tetapi juga dapat mendorong nasabah untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain.

Dalam agama islam, kepuasan pengguna dalam konteks ini dapat dipahami sebagai hasil dari pemberian layanan yang berkualitas, aman, dan nyaman bagi para nasabah. Islam menekankan pentingnya memberikan layanan yang bermanfaat dan tidak merugikan bagi orang lain. Oleh karena itu, apabila penggunaan transaksi *cardless* dapat memberikan kepuasan yang baik kepada penggunanya dengan memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, hal tersebut akan sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Manurung & Syarifah (2021) menyebutkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Satryawati (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna *smartphone* samsung *galaxy*.

5. Pengaruh *Performance Expectancy*, *Effort Expectancy*, *Social Influence*, Dan Kepuasan Pengguna Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless* Pada Nasabah BSI Kabupaten Cilacap

Penelitian ini menggunakan model teori UTAUT (*Unified Theory Of Acceptance And Use Of Technology*) sebagai teori yang dikembangkan untuk menjelaskan penerimaan dan pemanfaatan sistem teknologi oleh penggunanya (Venkatesh, 2003). Variabel independent dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi Tingkat loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap antara lain *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna.

Hasil pengujian yang telah dilakukan yaitu variabel *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah BSI Kabupaten Cilacap melalui uji f menunjukkan hasil bahwa nilai F hitung > F tabel, yaitu $27,769 > 2,47$ dengan nilai signifikansi yaitu

$0,01 < 0,05$ yang berarti **hipotesis 5 diterima**, terdapat pengaruh variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), dan kepuasan pengguna (Z) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

Kemudian pada hasil uji koefisien determinasi yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai R Square 0,539 atau 53,9% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel *performance expectancy* (X1), *effort expectancy* (X2), *social influence* (X3), dan kepuasan pengguna (Z) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dalam penggunaan transaksi *cardless* sebesar 53,9% dan sisanya 46,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

Pengaruh simultan antara *performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada bank syariah di Indonesia dapat dijelaskan melalui beberapa aspek utama. *Performance expectancy* mengacu pada keyakinan nasabah bahwa layanan *cardless* akan meningkatkan efisiensi dan hasil transaksi mereka. Jika layanan ini terbukti bermanfaat dan memenuhi harapan kinerja, nasabah akan merasa lebih puas dan cenderung menjadi loyal. *Effort expectancy* menggambarkan kemudahan penggunaan layanan *cardless*. Ketika nasabah merasa bahwa layanan ini mudah diakses dan digunakan, mereka akan lebih sering menggunakannya, yang meningkatkan kepuasan dan loyalitas. *Social influence* mencakup persepsi nasabah yang dibentuk oleh opini dan rekomendasi dari orang-orang di sekitar mereka. Dukungan sosial yang kuat dapat mendorong nasabah untuk mencoba dan terus menggunakan layanan *cardless*, sehingga memperkuat loyalitas mereka terhadap bank syariah. Terakhir, kepuasan pengguna memainkan peran penting sebagai mediator antara ketiga faktor lainnya dengan loyalitas. Nasabah yang puas dengan pengalaman mereka cenderung untuk tetap menggunakan layanan dan merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap bank syariah. Oleh karena itu,

dengan mengelola dan mengoptimalkan keempat faktor ini secara efektif, bank syariah di Indonesia dapat meningkatkan loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan transaksi *cardless* mereka.

6. Pengaruh *Performance Expectancy* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless* Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa nilai *t* hitung variabel interaksi 1 (interaksi *performance expectancy* dan kepuasan pengguna) yaitu sebesar 1,958 dengan signifikansi 0,053. dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa nilai *t* hitung $1,958 < t \text{ tabel } 1,985$, sedangkan nilai signifikansi sebesar $0,053 > 0,05$. Dengan demikian maka **hipotesis 6 ditolak**. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Artinya kepuasan pengguna tidak mampu berperan sebagai variabel moderasi pada pengaruh *performance expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak mampu menjadi variabel penguat antara *performance expectancy* (ekspektasi kinerja) terhadap loyalitas nasabah, karena kepuasan pengguna tidak selalu menjamin loyalitas. Meskipun nasabah merasa puas dengan performa teknologi fitur *cardless*, loyalitas seringkali dipengaruhi oleh faktor emosional dan keterikatan jangka panjang, yang tidak selalu terkait langsung dengan performa teknis. Selain itu, kekhawatiran mengenai keamanan dan privasi data dapat membuat nasabah ragu untuk mempertahankan penggunaan teknologi ini secara berkelanjutan. Pengalaman negatif/buruk seperti masalah teknis atau layanan yang buruk meskipun jarang, juga bisa sangat mempengaruhi persepsi nasabah dan mengurangi loyalitas. Oleh karena itu, meskipun kepuasan pengguna fitur *cardless* tinggi, berbagai faktor lain yang kompleks dan beragam lebih dominan dalam menentukan loyalitas nasabah.

Hal ini menyimpulkan bahwa kepuasan pengguna belum dapat membuktikan sebagai variabel moderasi antara hubungan *performance expectancy* dengan loyalitas nasabah, dikarenakan pengaruh antara *performance expectancy* terhadap loyalitas nasabah adalah pengaruh langsung yang artinya kepuasan pengguna tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh *performance expectancy* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan pengguna.

7. Pengaruh *Effort Expectancy* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless* Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa nilai *t* hitung variabel interaksi 2 (interaksi *effort expectancy* dan kepuasan pengguna) adalah sebesar 2,362 dengan signifikansi sebesar 0,20. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa nilai *t* hitung $2,362 > t$ tabel 1,985, sedangkan nilai signifikansi $0,020 < 0,05$. Dengan demikian maka **hipotesis 7 diterima**. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Artinya kepuasan pengguna mampu berperan sebagai variabel moderasi pada pengaruh *effort expectancy* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pengguna mampu memoderasi atau mampu menjadi variabel penguat antara *effort expectancy* (ekspektasi usaha) terhadap loyalitas nasabah, artinya ketika nasabah merasa bahwa transaksi *cardless* mudah dipelajari dan digunakan, nasabah cenderung lebih puas dengan pengalaman tersebut. Kepuasan ini memperkuat keyakinan nasabah bahwa layanan tersebut tidak hanya efisien tetapi juga *user-friendly*, yang sangat penting untuk membangun kepercayaan dan kenyamanan dalam jangka panjang.

Kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi memperkuat hubungan ini karena ketika nasabah merasa puas dengan kemudahan penggunaan, nasabah lebih cenderung merasakan manfaat penuh dari

layanan transaksi *cardless*, termasuk kenyamanan dan penghematan waktu. Pengalaman positif yang berulang kali dialami karena kemudahan penggunaan meningkatkan perasaan positif terhadap layanan tersebut, yang pada akhirnya dapat mendorong loyalitas. Nasabah yang puas dengan kemudahan penggunaan penggunaan akan lebih mungkin untuk terus menggunakan layanan tersebut dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain, meningkatkan loyalitas melalui *word-of-mouth* positif.

Kepuasan yang dihasilkan dari pengalaman pengguna yang positif ini menciptakan ikatan emosional yang kuat dengan layanan fitur *cardless*, yang merupakan kunci dalam membangun dan mempertahankan loyalitas. Oleh karena itu, *effort expectancy* yang tinggi, ketika dimoderasi oleh kepuasan pengguna, menciptakan pengalaman pengguna yang positif dan berulang, yang tidak hanya memenuhi harapan nasabah tetapi juga memperkuat loyalitas mereka terhadap layanan transaksi *cardless*.

8. Pengaruh *Social Influence* Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless* Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa nilai t hitung variabel interaksi 3 (interaksi *social influence* dan kepuasan pengguna) yaitu sebesar 1,509 dengan signifikansi 0,134. Dari nilai tersebut dapat diketahui bahwa nilai t hitung $1,509 < 1,985$, sedangkan nilai signifikansi $0,134 > 0,05$. Dengan demikian maka **hipotesis 8 ditolak**. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel *social influence* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi. Artinya kepuasan pengguna tidak mampu berperan sebagai variabel moderasi pada pengaruh variabel *social influence* terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak mampu menjadi variabel moderasi atau penguat antara *social influence* (pengaruh sosial) terhadap loyalitas nasabah, karena loyalitas nasabah cenderung lebih dipengaruhi oleh pengalaman pribadi dan

persepsi individu terhadap layanan daripada oleh pengaruh eksternal. Meskipun rekomendasi dan pendapat orang lain dapat memotivasi seseorang untuk mencoba transaksi *cardless*, loyalitas jangka panjang biasanya didasarkan pada seberapa baik layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan individu secara konsisten. Jika nasabah puas dengan pengalaman mereka, ini akan menjadi pendorong utama loyalitas, bukan semata-mata hanya karena pengaruh sosial.

Kepuasan pengguna sebagai variabel moderasi menekankan pentingnya pengalaman langsung nasabah dengan layanan fitur *cardless*. Nasabah yang puas kemungkinan telah berhasil mengatasi pengaruh awal dari lingkungan sosial mereka dan lebih fokus pada manfaat langsung yang mereka dapatkan dari penggunaan teknologi tersebut. Dalam konteks ini, pengaruh sosial menjadi kurang relevan karena keputusan untuk tetap setia pada layanan *cardless* lebih banyak dipengaruhi oleh pengalaman positif yang konsisten, kinerja, dan kemudahan penggunaan yang dirasakan sendiri.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.
2. *Effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.
3. *Social influence* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.
4. Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.
5. *Performance expectancy*, *effort expectancy*, *social influence*, dan kepuasan pengguna secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.
6. *Performance expectancy* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* yang di moderasi dengan kepuasan pengguna pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.
7. *Effort expectancy* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* yang di moderasi dengan kepuasan pengguna pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.
8. *Social influence* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* yang di moderasi dengan kepuasan pengguna pada nasabah Bank Syariah Indonesia Kabupaten Cilacap.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas peneliti dapat mengajukan saran sebagai berikut :

1. Bagi pihak bank agar memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai penggunaan layanan transaksi *cardless* yang mencakup manfaat dan pentingnya bertransaksi online digital yang aman, cepat, mudah dan terjangkau agar nasabah bank lebih terbantu dalam pemahaman penggunaan transaksi *cardless*, supaya tingkat penggunaan pada transaksi *cardless* lebih meningkat.
2. Bagi nasabah BSI di Kabupaten Cilacap, sebaiknya lebih memahami fitur transaksi *cardless* BSI *Mobile*. Hal tersebut akan mempermudah sekaligus mempercepat dalam menyelesaikan transaksi keuangan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan menambahkan variabel-variabel lain seperti variabel *facilitating conditions* untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah pada transaksi *cardless* yang belum digunakan dalam penelitian ini serta memperluas populasi dan menggunakan sampel penelitian yang berbeda dengan wilayah yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, E. Kuncoro dan Riduwan. 2014. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Cetakan ke-6. Bandung: Alfabeta.
- BPS Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Cilacap 2019*
- Bonang, D., & Fitriyah, A. T. (2021). Society'S Preference Concerns With Cashless and Cardless Transactions in Mataram, West Nusa Tenggara. *Advanced International Journal of Business, Entrepreneurship and SMEs*, 3(9), 22–35.
- Boonsiritomachai, W., & Pitchayadejanant, K. (2017). Determinants affecting the mobile banking adoption by generation Y on the UTAUT model modified by TAM conceot. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40, 349–358.
- Candra Kuncoro, T., Suyadi, I., & Al Musadieq, M. (2019). Peran Innovativeness sebagai variabel moderator model UTAUT pada Aplikasi Lembur Berbasis Android (Studi pada karyawan tetap PDAM Kota Malang). *Profit*, 13(01), 70–79. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2019.013.01.8>
- Dwi Wahyuni, C. R. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 69–82. <https://doi.org/10.26533/eksis.v12i1.84>
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Chen, H., & Williams, M. D. (2011). A meta-analysis of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT). *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 366, 155–170. https://doi.org/10.1007/978-3-642-24148-2_10
- Handayani, T., & Sudiana, S. (2017). Analisis Penerapan Model Utaut (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Perilaku Pengguna Sistem Informasi (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Pada Sttns Yogyakarta). *Angkasa: Jurnal Ilmiah Bidang Teknologi*, 7(2), 165. <https://doi.org/10.28989/angkasa.v7i2.159>
- Haryati, & Feby Sri. (2022). Pengaruh Tingkat Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada PT BPR Cincin Permata Andalas. 2005–2003 ,(8.5.2017)4 , 7787.
- Khoiriyah, U., & Putra, P. (2022). Analisis Jalur Pengaruh Pengambilan Keputusan Bertransaksi Melalui BSI Mobile. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2522–2535. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6455>
- Lestara Permana, G. P., & Dewi, L. P. K. (2020). Analisis Penerimaan Dan Penggunaan Aplikasi Ovo Dengan Menggunakan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (Utaut) Di Kota Denpasar. *Jurnal Ilmiah*

- Akuntansi Dan Bisnis*, 4(2), 186. <https://doi.org/10.38043/jiab.v4i2.2331>
- Lestari, L. D. (2020). Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha Dan Faktor Sosial Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Bris Online. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Dinamik*, 14(2), 90–97.
- Maghfiroh, S., & Rusdarti. (2016). Pengaruh Kepuasan, Antusiasme, Dan Switching Barrier Terhadap Loyalitas Anggota Pada Koperasi Serba Usaha. *Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 5(1), 290–300.
- Maharani, Y. (2021). Minat Generasi Z Menggunakan Kembali Transaksi Mobile Payment: Pendekatan Model UTAUT 2. *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, 7(2), 140–154. <https://doi.org/10.31289/jab.v7i2.5641>
- MANURUNG, L., & SYARIFAH, T. (2021). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Toko Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ud. Terang Jaya Kisaran. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains* <http://www.jurnal.una.ac.id/index.php/mes/article/view/1886%0Ahttp://www.jurnal.una.ac.id/index.php/mes/article/download/1886/1548>
- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2021). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533–542. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.424>
- Momani, A. M. (2020). The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *International Journal of Sociotechnology and Knowledge Development*, 12(3), 79–98. <https://doi.org/10.4018/ijskd.2020070105>
- Muchlis, R D. 2011. Penggunaan Makro Minitab untuk Transformasi Data Ordinal ke Data Interval. *Statistika FMIPA UNISBA*
- Mufingatun, M., Prijanto, B., & Dutt, H. (2020). Analysis of factors affecting adoption of mobile banking application in Indonesia: an application of the unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 12(2), 88. <https://doi.org/10.26740/bisma.v12n2.p88-105>
- Mulyani, D., & Nugraha, J. (2022). Penerapan model UTAUT, personal innovativeness dan perceived financial cost dalam penggunaan e-learning selama pandemi covid-19. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 12978–12997. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/4515>
- Mustaqim, R. N., Kusyanti, A., & Aryadita, H. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang

- Memengaruhi Niat Penggunaan E-Commerce XYZ Menggunakan Model UTAUT (Unified Theory Acceptance and Use Of Technology). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 2(7), 2584–2593. <http://j-ptiik.ub.ac.id>
- Nasri, M., & Hastuti, T. (2018). *Kualitas Pelayanan Kepuasan Dan Loyalitas*. 3(3), 73–94.
- Ompusunggu, H., & Anugrah, M. D. (2021). Gender in Mobile Wallet Adoption By Using Utaut Model. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 13(1), 26–31. <https://doi.org/10.23969/jrak.v13i1.3486>
- Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1950>
- Penelitian, A. (1902). Samsu. In *The Lancet* (Vol. 160, Issue 4126). [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(01\)42777-2](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(01)42777-2)
- Putri, L. F. S., & Mahendra, I. (2017). Analysis of Factors Affecting Acceptance and Use of the Go-Jek Application Using the Unified Theory of Acceptance and Use Of Technology (UTAUT). *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, 13(1), 136–144.
- Rahmawati, R. E., & Maika, M. R. (2021). Penerapan Model UTAUT terkait akseptasi mahasiswa terhadap Cashless Payment di masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 17(1), 1–14. <https://doi.org/10.21067/jem.v17i1.5228>
- Salloum, S. A., & Shaalan, K. (2019). Factors Affecting Students' Acceptance of E-Learning System in Higher Education Using UTAUT and Structural Equation Modeling Approaches. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 845, 469–480. https://doi.org/10.1007/978-3-319-99010-1_43
- Samsu, (2017) *Metode Penelitian Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*.
- Sari, S. P., & Cristiana, S. (2021). Penerapan Model UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology) Terhadap Minat Penggunaan Mobile Banking Pada Masa Pandemi Berbasis Data Google Trends. *Seminar Nasional & Call for Paper*, 1, 698–706. <https://www.ojk.go.id>
- Satryawati, E. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Siagian, S., & Yenni Samri Juliati Nasution. (2023). Faktor Yang Mempengaruhi Niat Perilaku Muslim Menggunakan Platform Crowdfunding Zakat: Teori

- Utaut Model. *Filantropi : Jurnal Manajemen Zakat Dan Wakaf*, 4(1), 60–77. <https://doi.org/10.22515/finalmazawa.v4i1.8478>
- Sodik, F., Nur Zaida, A., & Zulmiati, K. (2022). Analisis Minat Penggunaan pada Fitur Pembelian Mobile Banking BSI: Pendekatan TAM dan TPB. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 1(1), 35–53. <https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-03>
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*.
- Sugiyono, (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Cetakan ke; Setyawami, Ed.). Bandung: Alfabeta
- Sulasih, S., Suliyanto, S., Novandari, W., & Munawaroh, A. (2022). Memprediksi Niat Beli Produk Fashion Melalui Aplikasi Marketplace Dengan Theory Planned Behaviour Dan Product Knowledge Sebagai Variabel Moderasi Dengan Analisa Partial Least Square (PLS). *El-Jizya : Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.5718>
- Tiana, I. M., Prihatiningrum, R. Y., & Rifani, A. (2019). Pengaruh Benefits Offered Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, Loyalitas dan Positive Word Of Mouth (WOM). *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 351. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4184>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Warsito, C. (2015). The Image of Financial Institution as Islamic Bank In Mediation Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Purwokerto. *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics*, 7(2), 217–228. <https://doi.org/10.15408/ijies.v7i2.1699>
- Warsito, C. (2021). *Loyalitas Pelanggan Terhadap Merek Toko Islami*. <http://repository.uinsaizu.ac.id/id/eprint/12521>

LAMPIRAN-LAMPIRAN

1. LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

LEMBAR KUESIONER

Sebelum mengisi kuesioner di bawah ini, perkenalkan saya Adiati Nur Pratiwi NIM. 2017202280 Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Berkenaan dengan penyelesaian penelitian skripsi saya dengan judul “**Analisis Pengaruh Model UTAUT Pada Transaksi Cardless BSI Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderasi**” maka untuk itu mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner di bawah ini sesuai dengan ketentuan yang ada, dan untuk data responden semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian serta tidak untuk disebarluaskan. Terima kasih.

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Mengisi data diri terlebih dahulu sebelum mengisi kuesioner penelitian
2. Pilih salah satu jawaban pada setiap item pernyataan yang paling sesuai dengan keadaan saudara/i dengan memberikan tanda centang (\checkmark)
3. Kuesioner ini diperuntukkan bagi responden nasabah Bank Syariah Indonesia di Kabupaten Cilacap yang pernah melakukan transaksi menggunakan fitur *cardless withdrawal BSI Mobile* minimal tiga kali.

A. Identitas Responden

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
- 3) Usia :
 - a. 17-25 tahun
 - b. 26-33 tahun
 - c. 34-40 tahun
 - d. 41-50 tahun

- 4) Pekerjaan :
- PNS/POLRI/TNI
 - Ibu Rumah Tangga
 - Pegawai Swasta
 - Pelajar/mahasiswa
 - Lainnya
- 5) Pendidikan :
- SD/Sederajat
 - SMP/ Sederajat
 - SMA/ Sederajat
 - Diploma/ Sederajat
- 6) Apakah anda pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia?
- Ya
 - Tidak
- 7) Jika anda pengguna *Mobile Banking* Bank Syariah Indonesia, apakah anda pernah melakukan transaksi *cardless*? Jika anda pernah menggunakan transaksi *cardless* silahkan dilanjut, apabila tidak menggunakah silahkan berhenti disini.
- Ya
 - Tidak

B. Kuesioner

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan tanda centang (\checkmark) untuk setiap pernyataan berdasarkan pendapat Anda dengan terdiri dari 5 jawaban, yakni :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Kurang Setuju (KS)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

a) Variabel *Performance Expectancy* (ekspektasi kinerja) (X1)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|------------------------------------|--|---------|-----|-----|-----|-----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| <i>Perceived Usefulness</i> | | | | | | |
| 1. | Saya percaya bahwa dengan menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> transaksi yang saya lakukan akan terselesaikan dengan baik | | | | | |
| 2. | Saya percaya bahwa fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> merupakan sistem transaksi yang akurat | | | | | |
| <i>Relative Advantage</i> | | | | | | |
| 3. | Dengan menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> akan meminimalisir resiko dalam melakukan transaksi keuangan | | | | | |
| 4. | Fitur transaksi <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> dapat dilakukan kapanpun | | | | | |
| Motivasi Ekstrinsik | | | | | | |
| 5. | Saya mendukung upaya peningkatan performa fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> agar semakin efektif dan efisien | | | | | |
| 6. | Saya menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> karena sangat membantu ketika melakukan transaksi keuangan | | | | | |
| <i>Job-fit</i> | | | | | | |
| 7. | Saya merasa nyaman dengan tingkat keamanan transaksi <i>cardless</i> dibandingkan dengan penggunaan kartu fisik | | | | | |
| 8. | Saya merasa puas dengan pengalaman menggunakan transaksi <i>cardless</i> secara keseluruhan | | | | | |
| <i>Outcome Expectations</i> | | | | | | |
| 9. | Saya yakin bahwa menggunakan transaksi <i>cardless</i> akan membuat proses transaksi menjadi lebih praktis dan modern | | | | | |
| 10. | Saya mengharapkan bahwa menggunakan transaksi <i>cardless</i> akan | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|
| | membantu saya menghindari risiko kehilangan atau pencurian kartu fisik ATM | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|

b) Variabel *Effort Expectancy* (ekspektasi usaha) (X2)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|-------------------------------------|--|---------|-----|-----|-----|-----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| <i>Ease Of Use</i> | | | | | | |
| 1. | Dalam melakukan transaksi keuangan dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> terdapat kemudahan dalam penggunaan | | | | | |
| 2. | Saya merasa mudah untuk memahami langkah-langkah yang diperlukan untuk melakukan transaksi <i>cardless</i> | | | | | |
| Kompleksitas | | | | | | |
| 3. | <i>Cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> mempunyai beberapa fitur yang sering digunakan dalam transaksi keuangan | | | | | |
| 4. | Fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> memiliki kompleksitas yang melibatkan beberapa tahapan keamanan | | | | | |
| <i>Perceived Ease Of Use</i> | | | | | | |
| 5. | Transaksi keuangan yang dilakukan dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> diproses dengan cepat | | | | | |
| 6. | Saya percaya bahwa saya akan mudah beradaptasi dengan inovasi teknologi transaksi <i>cardless</i> | | | | | |

c) Variabel *Social Influence* (pengaruh sosial) (X3)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|------------------------|---|---------|-----|-----|-----|-----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| Norma Subjektif | | | | | | |
| 1. | Orang-orang di lingkungan sekitar mempengaruhi saya untuk | | | | | |

| | | | | | | |
|----------------------|--|--|--|--|--|--|
| | menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| 2. | Saya bersedia menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> untuk berbaur dengan lingkungan sekitar saya | | | | | |
| Faktor Sosial | | | | | | |
| 3. | Keluarga dan teman terdekat menyarankan kepada saya untuk menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| 4. | Orang-orang yang penting bagi saya menyarankan saya untuk menggunakan <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| Image | | | | | | |
| 5. | Orang-orang di sekitar saya yang menggunakan <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> terlihat lebih <i>trendy</i> | | | | | |
| 6. | Transaksi <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> memberikan citra modern dan inovatif serta mencerminkan gaya hidup yang <i>up-to-date</i> | | | | | |

d) Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|--|--|---------|-----|-----|-----|-----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| Keinginan Untuk Terus Melakukan Transaksi | | | | | | |
| 1. | Saya berkeinginan untuk selalu menggunakan transaksi keuangan dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| 2. | Saya menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> dalam aktivitas transaksi tunai keuangan sehari-hari | | | | | |
| Tidak Berniat Untuk Berpindah | | | | | | |
| 3. | Saya tidak berniat untuk pindah atau berganti jenis transaksi dari fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| 4. | Saya hanya melakukan transaksi tunai | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|
| | keuangan dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| Menyukai Transaksi Tersebut | | | | | | |
| 5. | Saya menyukai transaksi <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> dan merasa tidak ada keluhan | | | | | |
| 6. | Saya menyukai <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> karena praktis tanpa perlu kartu fisik | | | | | |
| Merekomendasikan Kepada Orang Lain | | | | | | |
| 7. | Saya berniat merekomendasikan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> ini kepada orang lain | | | | | |
| 8. | Saya akan mengajak orang terdekat saya untuk menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |

e) Variabel Kepuasan Pengguna (Z)

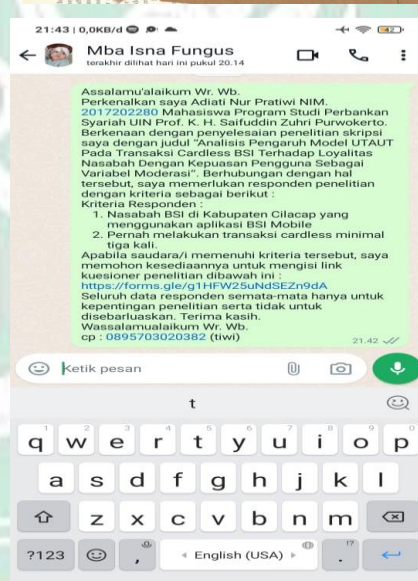
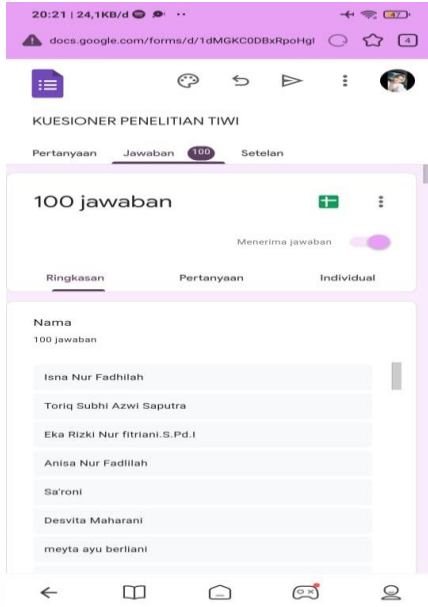
| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|---------------------------|--|---------|-----|-----|-----|-----|
| | | STS | TS | N | S | SS |
| | | (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| Pilihan Tepat | | | | | | |
| 1. | Fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> merupakan pilihan yang tepat untuk melakukan transaksi keuangan | | | | | |
| 2. | Saya menikmati dalam bertransaksi keuangan dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| Kesesuaian Harapan | | | | | | |
| 3. | Transaksi keuangan dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> ini menyenangkan dan sesuai dengan dengan yang diharapkan | | | | | |
| 4. | Saya merasa bangga melakukan transaksi dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| Kepuasan Fasilitas | | | | | | |
| 5. | Saya merasa puas dalam menggunakan fitur <i>cardless withdrawal</i> BSI <i>Mobile</i> | | | | | |
| 6. | Saya sudah percaya <i>cardless</i> | | | | | |

| | | | | | | |
|-------------------------------------|---|--|--|--|--|--|
| | <i>withdrawal BSI Mobile</i> sebagai fitur yang memuaskan | | | | | |
| Totalitas Memberikan Layanan | | | | | | |
| 7. | Transaksi keuangan dengan fitur <i>cardless withdrawal</i> ini menjadi pengalaman yang menyenangkan karena kelengkapan fiturnya | | | | | |
| 8. | Saya akan menggunakan kembali fitur <i>cardless withdrawal BSI Mobile</i> | | | | | |

C. Pedoman Wawancara

| No | Variabel Penelitian | Pertanyaan |
|----|---|--|
| 1. | <i>Performance expectancy</i> (X1) | Bagaimana anda menilai kinerja dan kepercayaan terhadap layanan fitur <i>cardless</i> dibandingkan dengan layanan transaksi lain? |
| 2. | <i>Effort expectancy</i> (X2) | Apa saja kemudahan yang Anda rasakan saat menggunakan layanan fitur <i>cardless</i> ? |
| 3. | <i>Social Influence</i> (X3) | Seberapa besar pengaruh pendapat dan rekomendasi orang lain terhadap keputusan anda untuk tetap setia menggunakan fitur <i>cardless</i> ? Alasannya? |
| 4. | Loyalitas Nasabah (Y) | Jika layanan fitur <i>cardless</i> ini ditingkatkan, apakah anda merasa lebih cenderung untuk terus menggunakan layanan ini di masa depan? Mengapa? |
| 5. | Kepuasan Pengguna (Z) | Seberapa puas anda dengan layanan fitur <i>cardless</i> secara keseluruhan? Alasannya? |

2. LAMPIRAN BUKTI PENYEBARAN KUESIONER



3. LAMPIRAN JAWABAN KUESIONER

DATA PENELITIAN

| No | Nama (Inisial) | Jenis Kelamin | Usia | Pekerjaan | Pendidikan |
|----|----------------|---------------|-------|--------------------|--------------------|
| 1 | INF | Perempuan | 26-33 | Ibu Rumah Tangga | Diploma/ Sederajat |
| 2 | TSAS | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | Diploma/ Sederajat |
| 3 | ERNF | Perempuan | 26-33 | PNS/POLRI/TNI | Diploma/ Sederajat |
| 4 | ANF | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 5 | S | Laki-laki | 41-50 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 6 | DM | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 7 | MAB | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 8 | SKE | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 9 | LC | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 10 | RN | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 11 | LR | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 12 | EDL | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 13 | A | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | Diploma/ Sederajat |
| 14 | RD | Perempuan | 26-33 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 15 | SR | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 16 | DN | Perempuan | 17-25 | PNS/POLRI/TNI | Diploma/ Sederajat |
| 17 | DDM | Perempuan | 34-40 | Ibu Rumah Tangga | SMA/ Sederajat |
| 18 | RW | Perempuan | 34-40 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 19 | HPW | Perempuan | 34-40 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 20 | RIY | Perempuan | 26-33 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 21 | MAU | Laki-laki | 34-40 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 22 | RF | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 23 | LS | Perempuan | 34-40 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 24 | NDP | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 25 | YH | Laki-laki | 26-33 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 26 | AAR | Perempuan | 26-33 | PNS/POLRI/TNI | Diploma/ Sederajat |
| 27 | FSH | Laki-laki | 34-40 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 28 | MY | Laki-laki | 26-33 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 29 | WNW | Perempuan | 34-40 | Ibu Rumah Tangga | SMA/ Sederajat |
| 30 | ANP | Perempuan | 26-33 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 31 | HH | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 32 | HTA | Perempuan | 26-33 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 33 | RIK | Perempuan | 26-33 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 34 | SH | Perempuan | 17-25 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 35 | BSF | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 36 | MW | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |

| | | | | | |
|----|------|-----------|-------|--------------------|--------------------|
| 37 | AAA | Perempuan | 26-33 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 38 | MDA | Perempuan | 17-25 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 39 | NF | Laki-laki | 34-40 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 40 | NKS | Perempuan | 17-25 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 41 | PRA | Laki-laki | 34-40 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 42 | HNS | Perempuan | 26-33 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 43 | ATY | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 44 | M | Perempuan | 26-33 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |
| 45 | AL | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 46 | ATP | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 47 | AB | Laki-laki | 41-50 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 48 | AS | Perempuan | 26-33 | Ibu Rumah Tangga | Diploma/ Sederajat |
| 49 | DMT | Perempuan | 17-25 | Lainnya | SMA/ Sederajat |
| 50 | LNF | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 51 | JMU | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 52 | US | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 53 | VA | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 54 | INM | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | SMP/ Sederajat |
| 55 | AF | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 56 | AA | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 57 | SMP | Perempuan | 17-25 | PNS/POLRI/TNI | Diploma/ Sederajat |
| 58 | RG | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 59 | RS | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 60 | WR | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 61 | AS | Laki-laki | 26-33 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 62 | MFZ | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 63 | NH | Laki-laki | 34-40 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 64 | FAH | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 65 | USM | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 66 | AL | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 67 | KBQ | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 68 | NA | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 69 | CDS | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 70 | FNTH | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 71 | SS | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 72 | EW | Perempuan | 34-40 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 73 | PWH | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 74 | DSA | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 75 | ATM | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 76 | BHM | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 77 | AK | Laki-laki | 17-25 | PNS/POLRI/TNI | SMA/ Sederajat |

| | | | | | |
|-----|------|-----------|-------|--------------------|--------------------|
| 78 | ALR | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 79 | RJS | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 80 | S | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 81 | DPR | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 82 | MA | Laki-laki | 41-50 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 83 | YDS | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 84 | MYP | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 85 | MAH | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 86 | FTAS | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 87 | A | Laki-laki | 41-50 | PNS/POLRI/TNI | Diploma/ Sederajat |
| 88 | IG | Laki-laki | 41-50 | Lainnya | SMA/ Sederajat |
| 89 | MAY | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 90 | MAG | Laki-laki | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 91 | ND | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 92 | IS | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 93 | TW | Laki-laki | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 94 | SM | Perempuan | 41-50 | Ibu Rumah Tangga | SMA/ Sederajat |
| 95 | SMMA | Perempuan | 17-25 | Pelajar/ Mahasiswa | SMA/ Sederajat |
| 96 | SAF | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | SMA/ Sederajat |
| 97 | APT | Perempuan | 17-25 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 98 | KAF | Perempuan | 17-25 | Lainnya | Diploma/ Sederajat |
| 99 | DP | Perempuan | 26-33 | Pegawai Swasta | Diploma/ Sederajat |
| 100 | AP | Laki-laki | 26-33 | Lainnya | SMA/ Sederajat |



4. LAMPIRAN TABULASI

TABULASI DATA

1. Variabel *Performance Expectancy* (X1)

| No | X1 | | | | | | | | | | Total |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| | PE1 | PE2 | PE3 | PE4 | PE5 | PE6 | PE7 | PE8 | PE9 | PE10 | |
| 1 | 3,636 | 2,203 | 5,186 | 5,154 | 3,448 | 5,220 | 3,844 | 3,724 | 5,154 | 2,232 | 39,799 |
| 2 | 3,636 | 1,000 | 2,805 | 5,154 | 1,000 | 2,748 | 5,154 | 3,724 | 2,429 | 4,726 | 32,376 |
| 3 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 5,154 | 3,448 | 3,900 | 5,154 | 5,011 | 5,154 | 4,726 | 43,480 |
| 4 | 5,154 | 4,675 | 5,186 | 3,763 | 4,668 | 5,220 | 5,154 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 43,539 |
| 5 | 2,190 | 3,387 | 1,872 | 5,154 | 3,448 | 5,220 | 2,659 | 3,724 | 5,154 | 4,726 | 37,533 |
| 6 | 5,154 | 3,387 | 5,186 | 2,509 | 4,668 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 38,368 |
| 7 | 5,154 | 3,387 | 5,186 | 5,154 | 4,668 | 5,220 | 5,154 | 2,463 | 2,429 | 2,232 | 41,047 |
| 8 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 5,154 | 3,448 | 3,900 | 5,154 | 2,463 | 3,763 | 4,726 | 39,542 |
| 9 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 5,011 | 3,763 | 2,232 | 36,896 |
| 10 | 3,636 | 3,387 | 5,186 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 38,083 |
| 11 | 5,154 | 4,675 | 5,186 | 3,763 | 4,668 | 5,220 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 43,429 |
| 12 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 5,154 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 2,429 | 2,232 | 34,481 |
| 13 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 35,609 |
| 14 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 5,220 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 37,022 |
| 15 | 5,154 | 3,387 | 5,186 | 5,154 | 3,448 | 3,900 | 5,154 | 3,724 | 2,429 | 3,432 | 40,968 |
| 16 | 3,636 | 4,675 | 3,911 | 2,509 | 4,668 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 4,726 | 39,357 |
| 17 | 2,190 | 4,675 | 5,186 | 3,763 | 2,432 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 36,910 |
| 18 | 3,636 | 3,387 | 5,186 | 2,509 | 4,668 | 5,220 | 5,154 | 3,724 | 5,154 | 3,432 | 42,070 |
| 19 | 3,636 | 4,675 | 2,805 | 5,154 | 2,432 | 3,900 | 3,844 | 5,011 | 3,763 | 4,726 | 39,946 |
| 20 | 5,154 | 3,387 | 5,186 | 3,763 | 4,668 | 5,220 | 2,659 | 2,463 | 5,154 | 2,232 | 39,887 |
| 21 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 2,509 | 3,448 | 2,748 | 3,844 | 5,011 | 3,763 | 2,232 | 32,199 |
| 22 | 3,636 | 4,675 | 3,911 | 5,154 | 4,668 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 4,726 | 42,001 |
| 23 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 5,154 | 5,011 | 5,154 | 3,432 | 42,017 |
| 24 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 5,154 | 2,463 | 3,763 | 4,726 | 39,372 |
| 25 | 5,154 | 3,387 | 3,911 | 5,154 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 5,011 | 3,763 | 4,726 | 42,297 |
| 26 | 5,154 | 4,675 | 5,186 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 5,154 | 5,011 | 5,154 | 4,726 | 47,391 |
| 27 | 2,190 | 1,000 | 1,872 | 1,596 | 1,000 | 2,748 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 14,405 |
| 28 | 3,636 | 4,675 | 3,911 | 5,154 | 2,432 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 5,154 | 3,432 | 38,710 |
| 29 | 5,154 | 4,675 | 2,805 | 5,154 | 2,432 | 3,900 | 2,659 | 3,724 | 5,154 | 4,726 | 40,383 |
| 30 | 3,636 | 4,675 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 3,900 | 3,844 | 5,011 | 5,154 | 4,726 | 41,052 |
| 31 | 5,154 | 4,675 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 5,154 | 2,463 | 2,429 | 3,432 | 38,329 |
| 32 | 5,154 | 3,387 | 3,911 | 5,154 | 4,668 | 5,220 | 3,844 | 5,011 | 3,763 | 4,726 | 44,838 |

| | | | | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 33 | 3,636 | 3,387 | 5,186 | 3,763 | 4,668 | 5,220 | 5,154 | 3,724 | 5,154 | 2,232 | 42,124 |
| 34 | 3,636 | 4,675 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 5,220 | 5,154 | 2,463 | 5,154 | 3,432 | 39,749 |
| 35 | 5,154 | 3,387 | 5,186 | 5,154 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 5,154 | 4,726 | 43,676 |
| 36 | 5,154 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 5,154 | 5,011 | 3,763 | 3,432 | 42,144 |
| 37 | 5,154 | 4,675 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 3,844 | 5,011 | 3,763 | 3,432 | 42,122 |
| 38 | 5,154 | 4,675 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 5,154 | 3,432 | 42,226 |
| 39 | 5,154 | 1,000 | 5,186 | 3,763 | 1,653 | 2,748 | 2,659 | 5,011 | 5,154 | 3,432 | 35,760 |
| 40 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 5,154 | 4,668 | 5,220 | 5,154 | 3,724 | 5,154 | 2,232 | 42,240 |
| 41 | 2,190 | 4,675 | 3,911 | 5,154 | 4,668 | 3,900 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 36,878 |
| 42 | 5,154 | 3,387 | 5,186 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 5,154 | 3,724 | 3,763 | 1,000 | 39,700 |
| 43 | 1,000 | 2,203 | 3,911 | 2,509 | 3,448 | 2,748 | 3,844 | 2,463 | 2,429 | 4,726 | 29,281 |
| 44 | 3,636 | 2,203 | 1,000 | 1,000 | 1,653 | 1,816 | 1,681 | 3,724 | 2,429 | 2,232 | 21,375 |
| 45 | 3,636 | 3,387 | 5,186 | 3,763 | 4,668 | 5,220 | 3,844 | 5,011 | 5,154 | 2,232 | 42,101 |
| 46 | 2,190 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 3,900 | 5,154 | 2,463 | 3,763 | 4,726 | 36,742 |
| 47 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 2,509 | 3,448 | 5,220 | 3,844 | 2,463 | 2,429 | 3,432 | 34,279 |
| 48 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 2,659 | 2,463 | 2,429 | 2,232 | 30,724 |
| 49 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 3,763 | 4,668 | 2,748 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 34,587 |
| 50 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 3,763 | 2,432 | 3,900 | 2,659 | 3,724 | 2,429 | 3,432 | 32,169 |
| 51 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 33,334 |
| 52 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 4,668 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 34,587 |
| 53 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 1,816 | 2,659 | 2,463 | 2,429 | 3,432 | 28,745 |
| 54 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 2,748 | 2,659 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 33,211 |
| 55 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 34,518 |
| 56 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 2,748 | 2,659 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 31,011 |
| 57 | 2,190 | 2,203 | 3,911 | 1,596 | 3,448 | 3,900 | 2,659 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 29,565 |
| 58 | 2,190 | 3,387 | 1,872 | 2,509 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 2,232 | 29,608 |
| 59 | 3,636 | 3,387 | 1,872 | 2,509 | 2,432 | 3,900 | 2,659 | 2,463 | 2,429 | 1,000 | 26,288 |
| 60 | 2,190 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 2,748 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 32,011 |
| 61 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 35,703 |
| 62 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 2,432 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 32,351 |
| 63 | 3,636 | 2,203 | 1,872 | 2,509 | 2,432 | 3,900 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 30,130 |
| 64 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 2,509 | 3,448 | 2,748 | 2,659 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 30,851 |
| 65 | 3,636 | 3,387 | 1,872 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 33,584 |
| 66 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 2,509 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 2,232 | 31,909 |
| 67 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 2,748 | 2,659 | 1,000 | 2,429 | 3,432 | 30,451 |
| 68 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 2,509 | 2,432 | 1,816 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 2,232 | 27,703 |
| 69 | 2,190 | 1,000 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 2,748 | 2,659 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 28,272 |
| 70 | 2,190 | 3,387 | 3,911 | 2,509 | 1,653 | 1,000 | 2,659 | 2,463 | 2,429 | 4,726 | 26,929 |
| 71 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 32,257 |

| | | | | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 72 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 2,509 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 2,463 | 2,429 | 3,432 | 31,854 |
| 73 | 2,190 | 3,387 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 2,463 | 2,429 | 3,432 | 31,662 |
| 74 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 2,748 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 2,232 | 30,905 |
| 75 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 33,441 |
| 76 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 2,509 | 2,432 | 3,900 | 1,681 | 2,463 | 3,763 | 2,232 | 28,731 |
| 77 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 35,678 |
| 78 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 2,748 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 32,105 |
| 79 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 2,509 | 2,432 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 2,429 | 3,432 | 33,205 |
| 80 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 34,518 |
| 81 | 2,190 | 3,387 | 3,911 | 2,509 | 3,448 | 2,748 | 2,659 | 2,463 | 2,429 | 3,432 | 29,177 |
| 82 | 2,190 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 32,978 |
| 83 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 2,509 | 1,653 | 1,816 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 28,201 |
| 84 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 2,509 | 2,432 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 34,539 |
| 85 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 3,763 | 2,432 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 2,429 | 3,432 | 33,354 |
| 86 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 3,763 | 2,432 | 2,748 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 31,090 |
| 87 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 2,659 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 35,624 |
| 88 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 35,624 |
| 89 | 3,636 | 2,203 | 2,805 | 2,509 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 32,003 |
| 90 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 1,816 | 1,681 | 5,011 | 2,429 | 3,432 | 31,330 |
| 91 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 2,429 | 3,432 | 34,323 |
| 92 | 2,190 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 2,463 | 2,429 | 2,232 | 31,568 |
| 93 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 3,900 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 34,594 |
| 94 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 2,432 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 2,232 | 33,441 |
| 95 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 3,844 | 2,463 | 2,429 | 3,432 | 34,214 |
| 96 | 3,636 | 2,203 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 2,659 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 33,179 |
| 97 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 3,900 | 2,659 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 34,363 |
| 98 | 3,636 | 3,387 | 3,911 | 3,763 | 3,448 | 2,748 | 3,844 | 2,463 | 3,763 | 3,432 | 34,395 |
| 99 | 3,636 | 4,675 | 3,911 | 3,763 | 4,668 | 2,748 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 3,432 | 38,165 |
| 100 | 3,636 | 3,387 | 2,805 | 2,509 | 3,448 | 5,220 | 3,844 | 3,724 | 3,763 | 4,726 | 37,062 |

2. Variabel *Effort Expectancy* (X2)

| No | X2 | | | | | | Total |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| | EE1 | EE2 | EE3 | EE4 | EE5 | EE6 | |
| 1 | 4,045 | 5,065 | 2,155 | 4,443 | 3,503 | 3,760 | 22,972 |
| 2 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 1,000 | 1,793 | 3,760 | 15,307 |
| 3 | 4,045 | 5,065 | 4,617 | 4,443 | 4,821 | 5,038 | 28,029 |
| 4 | 5,220 | 5,065 | 4,617 | 4,443 | 4,821 | 5,038 | 29,203 |
| 5 | 2,879 | 3,747 | 1,000 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 17,009 |

| | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 6 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 21,595 |
| 7 | 5,220 | 5,065 | 4,617 | 4,443 | 4,821 | 5,038 | 29,203 |
| 8 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 19,330 |
| 9 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 21,595 |
| 10 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 4,443 | 3,503 | 3,760 | 22,823 |
| 11 | 5,220 | 5,065 | 4,617 | 4,443 | 4,821 | 5,038 | 29,203 |
| 12 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 2,468 | 3,760 | 20,560 |
| 13 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 5,038 | 24,190 |
| 14 | 4,045 | 5,065 | 4,617 | 3,215 | 4,821 | 3,760 | 25,523 |
| 15 | 5,220 | 3,747 | 4,617 | 2,119 | 1,000 | 5,038 | 21,741 |
| 16 | 5,220 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 5,038 | 22,878 |
| 17 | 5,220 | 5,065 | 4,617 | 4,443 | 3,503 | 5,038 | 27,886 |
| 18 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 3,760 | 22,913 |
| 19 | 5,220 | 2,551 | 4,617 | 4,443 | 1,000 | 1,681 | 19,512 |
| 20 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 4,443 | 4,821 | 3,760 | 22,975 |
| 21 | 5,220 | 5,065 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 24,087 |
| 22 | 4,045 | 3,747 | 4,617 | 4,443 | 3,503 | 3,760 | 24,116 |
| 23 | 5,220 | 3,747 | 3,324 | 4,443 | 3,503 | 5,038 | 25,275 |
| 24 | 4,045 | 5,065 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 5,038 | 25,508 |
| 25 | 4,045 | 5,065 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 5,038 | 25,508 |
| 26 | 4,045 | 5,065 | 4,617 | 2,119 | 4,821 | 5,038 | 25,705 |
| 27 | 1,000 | 1,000 | 2,155 | 2,119 | 1,793 | 2,622 | 10,688 |
| 28 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 4,821 | 3,760 | 21,744 |
| 29 | 4,045 | 5,065 | 2,155 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 20,647 |
| 30 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 5,038 | 21,827 |
| 31 | 4,045 | 2,551 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 19,229 |
| 32 | 5,220 | 5,065 | 4,617 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 24,284 |
| 33 | 4,045 | 5,065 | 4,617 | 3,215 | 4,821 | 5,038 | 26,801 |
| 34 | 5,220 | 3,747 | 3,324 | 4,443 | 3,503 | 3,760 | 23,997 |
| 35 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 4,443 | 4,821 | 3,760 | 22,972 |
| 36 | 5,220 | 3,747 | 4,617 | 3,215 | 1,793 | 2,622 | 21,214 |
| 37 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 21,595 |
| 38 | 5,220 | 1,596 | 4,617 | 4,443 | 2,468 | 3,760 | 22,104 |
| 39 | 2,879 | 3,747 | 4,617 | 3,215 | 3,503 | 5,038 | 22,999 |
| 40 | 5,220 | 5,065 | 1,000 | 2,119 | 2,468 | 5,038 | 20,909 |
| 41 | 2,879 | 2,551 | 2,155 | 2,119 | 2,468 | 5,038 | 17,209 |
| 42 | 2,879 | 5,065 | 3,324 | 2,119 | 3,503 | 5,038 | 21,928 |
| 43 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 2,119 | 3,503 | 2,622 | 17,025 |
| 44 | 4,045 | 2,551 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 19,229 |

| | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 45 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 4,821 | 2,622 | 19,439 |
| 46 | 4,045 | 2,551 | 3,324 | 4,443 | 2,468 | 2,622 | 19,453 |
| 47 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 3,760 | 20,550 |
| 48 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 2,119 | 2,468 | 3,760 | 19,464 |
| 49 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 5,038 | 20,537 |
| 50 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 3,760 | 21,747 |
| 51 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 19,260 |
| 52 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 4,443 | 3,503 | 2,622 | 19,322 |
| 53 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 2,468 | 5,038 | 20,671 |
| 54 | 1,681 | 2,551 | 3,324 | 3,215 | 4,821 | 2,622 | 18,213 |
| 55 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 1,000 | 1,793 | 3,760 | 16,500 |
| 56 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 1,000 | 3,503 | 3,760 | 18,214 |
| 57 | 4,045 | 2,551 | 2,155 | 3,215 | 1,793 | 2,622 | 16,380 |
| 58 | 2,879 | 2,551 | 1,000 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 15,812 |
| 59 | 4,045 | 2,551 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 19,229 |
| 60 | 2,879 | 1,596 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 17,108 |
| 61 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 2,119 | 3,503 | 5,038 | 19,413 |
| 62 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 19,333 |
| 63 | 4,045 | 2,551 | 2,155 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 18,133 |
| 64 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 2,468 | 2,622 | 18,255 |
| 65 | 4,045 | 2,551 | 3,324 | 2,119 | 2,468 | 2,622 | 17,129 |
| 66 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 2,622 | 19,290 |
| 67 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 2,119 | 1,793 | 2,622 | 17,650 |
| 68 | 1,681 | 5,065 | 2,155 | 2,119 | 2,468 | 1,000 | 14,488 |
| 69 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 2,119 | 2,468 | 3,760 | 18,295 |
| 70 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 3,215 | 2,468 | 3,760 | 18,197 |
| 71 | 2,879 | 3,747 | 1,000 | 3,215 | 3,503 | 2,622 | 16,966 |
| 72 | 4,045 | 2,551 | 3,324 | 2,119 | 2,468 | 3,760 | 18,267 |
| 73 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 2,622 | 18,094 |
| 74 | 1,681 | 3,747 | 3,324 | 1,000 | 3,503 | 3,760 | 17,016 |
| 75 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 2,119 | 1,793 | 2,622 | 15,315 |
| 76 | 2,879 | 2,551 | 1,000 | 1,000 | 3,503 | 2,622 | 13,555 |
| 77 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 20,429 |
| 78 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 2,622 | 19,290 |
| 79 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 21,595 |
| 80 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 18,164 |
| 81 | 4,045 | 2,551 | 3,324 | 1,000 | 2,468 | 2,622 | 16,010 |
| 82 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 2,119 | 3,503 | 2,622 | 17,025 |
| 83 | 2,879 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 2,622 | 18,121 |

| | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 84 | 2,879 | 5,065 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 21,747 |
| 85 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 2,468 | 2,622 | 18,255 |
| 86 | 2,879 | 2,551 | 3,324 | 3,215 | 2,468 | 3,760 | 18,197 |
| 87 | 4,045 | 2,551 | 3,324 | 2,119 | 2,468 | 2,622 | 17,129 |
| 88 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 21,595 |
| 89 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 20,426 |
| 90 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 2,119 | 3,503 | 1,681 | 18,420 |
| 91 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 20,499 |
| 92 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 20,429 |
| 93 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 20,429 |
| 94 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 20,429 |
| 95 | 2,879 | 3,747 | 3,324 | 2,119 | 3,503 | 2,622 | 18,194 |
| 96 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 2,622 | 19,288 |
| 97 | 4,045 | 3,747 | 2,155 | 2,119 | 3,503 | 3,760 | 19,330 |
| 98 | 5,220 | 5,065 | 3,324 | 4,443 | 4,821 | 3,760 | 26,633 |
| 99 | 4,045 | 3,747 | 3,324 | 4,443 | 3,503 | 1,681 | 20,744 |
| 100 | 4,045 | 5,065 | 2,155 | 3,215 | 3,503 | 3,760 | 21,744 |

3. Variabel Social Influence (X3)

| No | X3 | | | | | | Total |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| | SI1 | SI2 | SI3 | SI4 | SI5 | SI6 | |
| 1 | 2,011 | 2,561 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 17,939 |
| 2 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 20,299 |
| 3 | 5,292 | 5,048 | 4,744 | 3,493 | 3,643 | 5,154 | 27,375 |
| 4 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 22,582 |
| 5 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 21,558 |
| 6 | 2,011 | 3,713 | 1,000 | 1,000 | 2,588 | 3,910 | 14,222 |
| 7 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 22,582 |
| 8 | 3,244 | 2,561 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 3,910 | 16,903 |
| 9 | 4,313 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 20,178 |
| 10 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 19,109 |
| 11 | 5,292 | 5,048 | 4,744 | 4,781 | 4,935 | 5,154 | 29,954 |
| 12 | 3,244 | 2,561 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 3,910 | 16,903 |
| 13 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 20,361 |
| 14 | 4,313 | 5,048 | 4,744 | 3,493 | 4,935 | 3,910 | 26,443 |
| 15 | 5,292 | 3,713 | 4,744 | 2,280 | 1,000 | 5,154 | 22,183 |
| 16 | 5,292 | 3,713 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 5,154 | 23,616 |
| 17 | 5,292 | 5,048 | 4,744 | 4,781 | 3,643 | 5,154 | 28,662 |
| 18 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 4,935 | 3,910 | 23,874 |

| | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 19 | 5,292 | 2,561 | 4,744 | 6,000 | 1,000 | 2,011 | 21,609 |
| 20 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 4,781 | 4,935 | 3,910 | 24,092 |
| 21 | 5,292 | 5,048 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 24,897 |
| 22 | 4,313 | 3,713 | 4,744 | 4,781 | 3,643 | 3,910 | 25,103 |
| 23 | 5,292 | 3,713 | 3,510 | 4,781 | 3,643 | 5,154 | 26,093 |
| 24 | 4,313 | 5,048 | 3,510 | 3,493 | 4,935 | 5,154 | 26,453 |
| 25 | 4,313 | 5,048 | 3,510 | 3,493 | 4,935 | 5,154 | 26,453 |
| 26 | 4,313 | 5,048 | 4,744 | 2,280 | 4,935 | 5,154 | 26,474 |
| 27 | 1,000 | 1,000 | 2,321 | 2,280 | 1,801 | 2,886 | 11,287 |
| 28 | 4,313 | 3,713 | 2,321 | 3,493 | 4,935 | 3,910 | 22,684 |
| 29 | 4,313 | 5,048 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 21,514 |
| 30 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 3,493 | 4,935 | 5,154 | 22,897 |
| 31 | 4,313 | 2,561 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 20,240 |
| 32 | 5,292 | 5,048 | 4,744 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 24,917 |
| 33 | 4,313 | 5,048 | 4,744 | 3,493 | 4,935 | 5,154 | 27,687 |
| 34 | 5,292 | 3,713 | 3,510 | 4,781 | 3,643 | 3,910 | 24,849 |
| 35 | 4,313 | 3,713 | 2,321 | 4,781 | 4,935 | 3,910 | 23,972 |
| 36 | 5,292 | 3,713 | 4,744 | 3,493 | 1,801 | 2,886 | 21,930 |
| 37 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 22,582 |
| 38 | 5,292 | 1,704 | 4,744 | 4,781 | 2,588 | 3,910 | 23,019 |
| 39 | 3,244 | 3,713 | 4,744 | 3,493 | 3,643 | 5,154 | 23,990 |
| 40 | 5,292 | 5,048 | 1,000 | 2,280 | 2,588 | 5,154 | 21,362 |
| 41 | 3,244 | 2,561 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 5,154 | 18,147 |
| 42 | 3,244 | 5,048 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 5,154 | 22,878 |
| 43 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 2,886 | 18,085 |
| 44 | 4,313 | 2,561 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 20,240 |
| 45 | 2,011 | 2,561 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 3,910 | 15,670 |
| 46 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 20,489 |
| 47 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 20,361 |
| 48 | 4,313 | 3,713 | 2,321 | 3,493 | 2,588 | 3,910 | 20,337 |
| 49 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 5,154 | 21,543 |
| 50 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 2,588 | 2,886 | 18,220 |
| 51 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 19,299 |
| 52 | 3,244 | 2,561 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 3,910 | 16,903 |
| 53 | 3,244 | 1,704 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 18,314 |
| 54 | 2,011 | 3,713 | 2,321 | 3,493 | 1,000 | 2,011 | 14,549 |
| 55 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 2,886 | 18,085 |
| 56 | 4,313 | 3,713 | 2,321 | 3,493 | 2,588 | 2,886 | 19,313 |
| 57 | 2,011 | 2,561 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 17,939 |

| | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 58 | 4,313 | 2,561 | 3,510 | 3,493 | 2,588 | 3,910 | 20,375 |
| 59 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 3,493 | 2,588 | 5,154 | 20,550 |
| 60 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 20,489 |
| 61 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 4,781 | 1,801 | 2,011 | 17,909 |
| 62 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 20,489 |
| 63 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 2,011 | 17,211 |
| 64 | 4,313 | 2,561 | 2,321 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 20,240 |
| 65 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 3,493 | 2,588 | 2,886 | 18,282 |
| 66 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 20,361 |
| 67 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 19,109 |
| 68 | 2,011 | 2,561 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 2,886 | 16,891 |
| 69 | 3,244 | 2,561 | 4,744 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 20,381 |
| 70 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 1,000 | 2,588 | 2,886 | 15,789 |
| 71 | 3,244 | 2,561 | 2,321 | 2,280 | 1,801 | 2,886 | 15,092 |
| 72 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 20,489 |
| 73 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 3,493 | 2,588 | 2,011 | 17,370 |
| 74 | 2,011 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 17,877 |
| 75 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 2,588 | 2,011 | 18,559 |
| 76 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 1,000 | 2,588 | 3,910 | 17,965 |
| 77 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 3,910 | 18,054 |
| 78 | 4,313 | 3,713 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 3,910 | 19,124 |
| 79 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 2,280 | 1,801 | 1,000 | 14,396 |
| 80 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 20,299 |
| 81 | 4,313 | 3,713 | 1,000 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 19,047 |
| 82 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 20,299 |
| 83 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 19,147 |
| 84 | 2,011 | 1,704 | 3,510 | 3,493 | 2,588 | 2,886 | 16,192 |
| 85 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 20,299 |
| 86 | 3,244 | 3,713 | 1,000 | 3,493 | 1,801 | 2,011 | 15,262 |
| 87 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 2,588 | 3,910 | 20,313 |
| 88 | 3,244 | 1,704 | 2,321 | 1,000 | 2,588 | 2,886 | 13,742 |
| 89 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 1,801 | 2,886 | 17,434 |
| 90 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 4,935 | 3,910 | 22,805 |
| 91 | 4,313 | 2,561 | 2,321 | 1,000 | 2,588 | 2,886 | 15,668 |
| 92 | 3,244 | 1,704 | 2,321 | 2,280 | 2,588 | 2,886 | 15,021 |
| 93 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 1,801 | 2,886 | 17,434 |
| 94 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 2,280 | 2,588 | 2,011 | 18,415 |
| 95 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 2,886 | 20,489 |
| 96 | 3,244 | 3,713 | 2,321 | 1,000 | 2,588 | 3,910 | 16,775 |

| | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 97 | 4,313 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 3,910 | 22,582 |
| 98 | 2,011 | 1,000 | 2,321 | 2,280 | 3,643 | 3,910 | 15,164 |
| 99 | 3,244 | 2,561 | 3,510 | 2,280 | 1,801 | 2,886 | 16,282 |
| 100 | 3,244 | 3,713 | 3,510 | 3,493 | 3,643 | 2,011 | 19,614 |

4. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

| No | Y | | | | | | | | Total |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| | LN1 | LN2 | LN3 | LN4 | LN5 | LN6 | LN7 | LN8 | |
| 1 | 2,964 | 4,935 | 2,037 | 2,493 | 3,684 | 4,858 | 4,094 | 4,030 | 29,094 |
| 2 | 2,964 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 26,364 |
| 3 | 5,093 | 1,000 | 1,000 | 4,895 | 5,011 | 4,858 | 5,332 | 5,186 | 32,376 |
| 4 | 5,093 | 4,935 | 4,568 | 4,895 | 5,011 | 4,858 | 5,332 | 5,186 | 39,878 |
| 5 | 2,964 | 3,576 | 4,568 | 4,895 | 2,409 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 28,813 |
| 6 | 4,037 | 4,935 | 3,196 | 2,493 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 29,892 |
| 7 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 4,858 | 4,094 | 4,030 | 31,035 |
| 8 | 2,964 | 2,306 | 2,037 | 2,493 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 25,031 |
| 9 | 4,037 | 2,306 | 3,196 | 2,493 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 25,112 |
| 10 | 4,037 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 28,442 |
| 11 | 5,093 | 4,935 | 4,568 | 4,895 | 5,011 | 4,858 | 5,332 | 5,186 | 39,878 |
| 12 | 4,037 | 2,306 | 2,037 | 2,493 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 24,829 |
| 13 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 29,601 |
| 14 | 5,093 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 4,858 | 5,332 | 3,025 | 32,326 |
| 15 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 5,011 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 27,640 |
| 16 | 5,093 | 3,576 | 2,037 | 2,493 | 3,684 | 2,273 | 4,094 | 2,051 | 25,302 |
| 17 | 5,093 | 4,935 | 4,568 | 4,895 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 5,186 | 35,879 |
| 18 | 5,093 | 2,306 | 2,037 | 3,560 | 5,011 | 3,424 | 5,332 | 5,186 | 31,949 |
| 19 | 4,037 | 4,935 | 1,000 | 1,768 | 2,409 | 1,656 | 1,872 | 2,051 | 19,728 |
| 20 | 5,093 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 5,011 | 3,424 | 4,094 | 5,186 | 31,870 |
| 21 | 5,093 | 4,935 | 2,037 | 4,895 | 5,011 | 4,858 | 1,000 | 5,186 | 33,016 |
| 22 | 4,037 | 4,935 | 4,568 | 3,560 | 3,684 | 2,273 | 5,332 | 4,030 | 32,420 |
| 23 | 5,093 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 5,186 | 30,538 |
| 24 | 5,093 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 5,011 | 2,273 | 4,094 | 5,186 | 31,989 |
| 25 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 4,895 | 3,684 | 1,000 | 2,947 | 3,025 | 26,361 |
| 26 | 5,093 | 3,576 | 4,568 | 4,895 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 32,218 |
| 27 | 2,964 | 3,576 | 1,000 | 1,768 | 2,409 | 2,273 | 2,947 | 3,025 | 19,963 |
| 28 | 4,037 | 4,935 | 1,000 | 4,895 | 2,409 | 4,858 | 2,947 | 4,030 | 29,111 |
| 29 | 5,093 | 4,935 | 3,196 | 4,895 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 32,205 |
| 30 | 4,037 | 3,576 | 4,568 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 29,698 |
| 31 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 4,858 | 5,332 | 5,186 | 32,154 |

| | | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 32 | 5,093 | 3,576 | 4,568 | 4,895 | 3,684 | 3,424 | 5,332 | 5,186 | 35,759 |
| 33 | 5,093 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 1,000 | 1,872 | 1,000 | 21,706 |
| 34 | 4,037 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 5,011 | 4,858 | 4,094 | 4,030 | 31,091 |
| 35 | 5,093 | 3,576 | 4,568 | 4,895 | 5,011 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 34,691 |
| 36 | 1,753 | 3,576 | 1,000 | 1,768 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 5,186 | 23,210 |
| 37 | 4,037 | 3,576 | 4,568 | 3,560 | 2,409 | 4,858 | 4,094 | 4,030 | 31,131 |
| 38 | 5,093 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 5,011 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 29,912 |
| 39 | 5,093 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 28,507 |
| 40 | 4,037 | 2,306 | 2,037 | 3,560 | 5,011 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 27,352 |
| 41 | 5,093 | 3,576 | 3,196 | 4,895 | 5,011 | 3,424 | 5,332 | 5,186 | 35,714 |
| 42 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 3,684 | 2,273 | 2,947 | 5,186 | 27,392 |
| 43 | 4,037 | 2,306 | 2,037 | 1,000 | 1,000 | 1,656 | 2,947 | 5,186 | 20,168 |
| 44 | 2,964 | 3,576 | 2,037 | 2,493 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 25,026 |
| 45 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 2,273 | 4,094 | 4,030 | 27,377 |
| 46 | 4,037 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 5,186 | 28,340 |
| 47 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 2,409 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 24,034 |
| 48 | 4,037 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 28,442 |
| 49 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 2,409 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 24,034 |
| 50 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 26,253 |
| 51 | 4,037 | 4,935 | 3,196 | 2,493 | 5,011 | 2,273 | 1,872 | 2,051 | 25,868 |
| 52 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 1,000 | 2,273 | 2,947 | 3,025 | 22,548 |
| 53 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 27,523 |
| 54 | 2,964 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 2,273 | 4,094 | 4,030 | 26,218 |
| 55 | 2,964 | 4,935 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 1,656 | 2,947 | 3,025 | 25,967 |
| 56 | 2,964 | 2,306 | 1,000 | 3,560 | 3,684 | 2,273 | 4,094 | 4,030 | 23,910 |
| 57 | 1,753 | 1,000 | 2,037 | 1,768 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 20,644 |
| 58 | 2,964 | 3,576 | 1,000 | 2,493 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 22,984 |
| 59 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 25,106 |
| 60 | 1,753 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 5,332 | 4,030 | 27,397 |
| 61 | 2,964 | 2,306 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 1,656 | 1,872 | 3,025 | 21,103 |
| 62 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 2,493 | 3,684 | 2,273 | 1,872 | 2,051 | 20,838 |
| 63 | 4,037 | 2,306 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 25,021 |
| 64 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 25,982 |
| 65 | 4,037 | 3,576 | 1,000 | 3,560 | 2,409 | 2,273 | 2,947 | 4,030 | 23,833 |
| 66 | 4,037 | 2,306 | 2,037 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 23,746 |
| 67 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 1,000 | 4,094 | 2,051 | 24,125 |
| 68 | 2,964 | 1,000 | 4,568 | 2,493 | 2,409 | 1,656 | 4,094 | 3,025 | 22,207 |
| 69 | 2,964 | 2,306 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 23,947 |
| 70 | 4,037 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 25,909 |

| | | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 71 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 25,982 |
| 72 | 4,037 | 2,306 | 2,037 | 3,560 | 2,409 | 2,273 | 4,094 | 4,030 | 24,746 |
| 73 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 1,768 | 2,409 | 3,424 | 5,332 | 4,030 | 26,699 |
| 74 | 1,753 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 2,051 | 22,922 |
| 75 | 2,964 | 2,306 | 2,037 | 2,493 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 22,880 |
| 76 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 2,409 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 25,038 |
| 77 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 2,493 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 26,189 |
| 78 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 28,326 |
| 79 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 1,768 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 27,809 |
| 80 | 4,037 | 2,306 | 2,037 | 1,768 | 2,409 | 2,273 | 2,947 | 3,025 | 20,803 |
| 81 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 2,493 | 2,409 | 2,273 | 4,094 | 2,051 | 21,785 |
| 82 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 25,309 |
| 83 | 2,964 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 4,858 | 1,872 | 3,025 | 25,576 |
| 84 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 4,858 | 5,332 | 3,025 | 30,196 |
| 85 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 2,051 | 24,132 |
| 86 | 2,964 | 2,306 | 2,037 | 1,000 | 2,409 | 2,273 | 4,094 | 4,030 | 21,112 |
| 87 | 2,964 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 2,273 | 4,094 | 4,030 | 26,218 |
| 88 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 27,252 |
| 89 | 2,964 | 3,576 | 2,037 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 4,030 | 26,222 |
| 90 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 2,493 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 28,534 |
| 91 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 27,450 |
| 92 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 27,523 |
| 93 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 2,051 | 26,549 |
| 94 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 27,450 |
| 95 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 4,030 | 27,257 |
| 96 | 2,964 | 3,576 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 26,377 |
| 97 | 4,037 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 27,326 |
| 98 | 4,037 | 3,576 | 3,196 | 1,000 | 2,409 | 3,424 | 4,094 | 3,025 | 24,761 |
| 99 | 2,964 | 2,306 | 3,196 | 3,560 | 3,684 | 4,858 | 2,947 | 2,051 | 25,566 |
| 100 | 1,000 | 3,576 | 2,037 | 1,768 | 2,409 | 3,424 | 2,947 | 3,025 | 20,187 |

5. Variabel Kepuasan Pengguna (Z)

| No | Z | | | | | | | | Total |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| | KP1 | KP2 | KP3 | KP4 | KP5 | KP6 | KP7 | KP8 | |
| 1 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 4,383 | 3,804 | 3,122 | 27,473 |
| 2 | 3,371 | 2,318 | 1,000 | 2,366 | 3,721 | 4,383 | 1,000 | 1,000 | 19,158 |
| 3 | 4,613 | 4,879 | 4,583 | 4,849 | 5,093 | 4,383 | 5,154 | 4,346 | 37,900 |
| 4 | 4,613 | 4,879 | 4,583 | 4,849 | 5,093 | 4,383 | 5,154 | 4,346 | 37,900 |
| 5 | 3,371 | 4,879 | 1,990 | 3,557 | 5,093 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 27,825 |

| | | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 6 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 5,093 | 4,383 | 3,804 | 3,122 | 30,037 |
| 7 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 28,609 |
| 8 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 2,683 | 3,122 | 25,170 |
| 9 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 27,385 |
| 10 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 27,385 |
| 11 | 4,613 | 4,879 | 4,583 | 4,849 | 5,093 | 4,383 | 5,154 | 4,346 | 37,900 |
| 12 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 26,291 |
| 13 | 3,371 | 3,518 | 4,583 | 4,849 | 5,093 | 4,383 | 5,154 | 3,122 | 34,073 |
| 14 | 4,613 | 2,318 | 3,189 | 4,849 | 5,093 | 1,000 | 3,804 | 4,346 | 29,212 |
| 15 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 4,346 | 27,612 |
| 16 | 1,000 | 1,000 | 4,583 | 3,557 | 5,093 | 4,383 | 3,804 | 3,122 | 26,543 |
| 17 | 2,215 | 4,879 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 4,346 | 28,972 |
| 18 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 5,093 | 4,383 | 3,804 | 4,346 | 31,261 |
| 19 | 3,371 | 3,518 | 4,583 | 4,849 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 3,122 | 31,421 |
| 20 | 4,613 | 4,879 | 1,990 | 4,849 | 5,093 | 4,383 | 5,154 | 4,346 | 35,306 |
| 21 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 1,872 | 3,122 | 23,106 |
| 22 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 27,417 |
| 23 | 4,613 | 3,518 | 1,990 | 2,366 | 3,721 | 4,383 | 5,154 | 4,346 | 30,090 |
| 24 | 4,613 | 4,879 | 4,583 | 4,849 | 5,093 | 4,383 | 3,804 | 3,122 | 35,326 |
| 25 | 1,000 | 2,318 | 3,189 | 2,366 | 5,093 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 25,219 |
| 26 | 4,613 | 3,518 | 3,189 | 4,849 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 31,143 |
| 27 | 3,371 | 3,518 | 1,000 | 1,000 | 3,721 | 2,009 | 2,683 | 3,122 | 20,424 |
| 28 | 2,215 | 3,518 | 4,583 | 3,557 | 3,721 | 4,383 | 5,154 | 3,122 | 30,253 |
| 29 | 3,371 | 4,879 | 3,189 | 3,557 | 5,093 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 31,342 |
| 30 | 4,613 | 2,318 | 1,990 | 4,849 | 3,721 | 4,383 | 3,804 | 2,090 | 27,767 |
| 31 | 3,371 | 4,879 | 3,189 | 3,557 | 1,000 | 1,000 | 3,804 | 2,090 | 22,889 |
| 32 | 4,613 | 3,518 | 4,583 | 4,849 | 2,521 | 3,103 | 2,683 | 4,346 | 30,216 |
| 33 | 1,000 | 1,533 | 1,990 | 2,366 | 3,721 | 2,009 | 3,804 | 2,090 | 18,513 |
| 34 | 3,371 | 3,518 | 4,583 | 3,557 | 3,721 | 4,383 | 3,804 | 2,090 | 29,027 |
| 35 | 4,613 | 4,879 | 3,189 | 4,849 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 3,122 | 32,629 |
| 36 | 3,371 | 4,879 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 29,969 |
| 37 | 2,215 | 4,879 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 27,622 |
| 38 | 2,215 | 4,879 | 3,189 | 3,557 | 2,521 | 4,383 | 3,804 | 2,090 | 26,637 |
| 39 | 3,371 | 3,518 | 4,583 | 1,000 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 3,122 | 27,572 |
| 40 | 3,371 | 2,318 | 3,189 | 4,849 | 3,721 | 4,383 | 3,804 | 3,122 | 28,756 |
| 41 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 4,849 | 5,093 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 30,049 |
| 42 | 2,215 | 2,318 | 4,583 | 4,849 | 5,093 | 4,383 | 3,804 | 4,346 | 31,592 |
| 43 | 3,371 | 2,318 | 3,189 | 4,849 | 1,681 | 2,009 | 1,872 | 4,346 | 23,634 |
| 44 | 4,613 | 3,518 | 3,189 | 4,849 | 3,721 | 4,383 | 3,804 | 2,090 | 30,166 |

| | | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 45 | 3,371 | 2,318 | 1,990 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 2,090 | 22,762 |
| 46 | 3,371 | 4,879 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 4,346 | 30,128 |
| 47 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 5,093 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 26,482 |
| 48 | 2,215 | 2,318 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 25,029 |
| 49 | 2,215 | 2,318 | 1,990 | 3,557 | 2,521 | 4,383 | 5,154 | 4,346 | 26,483 |
| 50 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 26,262 |
| 51 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 2,521 | 1,000 | 2,683 | 2,090 | 20,773 |
| 52 | 3,371 | 2,318 | 1,000 | 2,366 | 1,681 | 2,009 | 3,804 | 4,346 | 20,895 |
| 53 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 2,090 | 24,077 |
| 54 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 5,093 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 27,663 |
| 55 | 2,215 | 3,518 | 1,990 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 4,346 | 23,942 |
| 56 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 2,521 | 2,009 | 2,683 | 2,090 | 21,783 |
| 57 | 1,000 | 4,879 | 1,990 | 3,557 | 3,721 | 1,000 | 3,804 | 3,122 | 23,072 |
| 58 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 2,521 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 22,744 |
| 59 | 3,371 | 4,879 | 4,583 | 4,849 | 2,521 | 2,009 | 3,804 | 2,090 | 28,106 |
| 60 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 26,265 |
| 61 | 2,215 | 4,879 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 26,496 |
| 62 | 2,215 | 3,518 | 1,990 | 2,366 | 2,521 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 22,638 |
| 63 | 2,215 | 2,318 | 4,583 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 25,303 |
| 64 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 2,521 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 25,029 |
| 65 | 3,371 | 3,518 | 1,990 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 26,186 |
| 66 | 2,215 | 2,318 | 1,990 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 22,736 |
| 67 | 1,000 | 1,000 | 1,000 | 2,366 | 5,093 | 4,383 | 1,872 | 1,000 | 17,714 |
| 68 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 1,681 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 24,190 |
| 69 | 3,371 | 3,518 | 1,990 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 23,874 |
| 70 | 2,215 | 2,318 | 1,990 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 3,804 | 2,090 | 21,704 |
| 71 | 3,371 | 3,518 | 1,000 | 3,557 | 2,521 | 3,103 | 3,804 | 3,122 | 23,996 |
| 72 | 2,215 | 2,318 | 3,189 | 2,366 | 2,521 | 3,103 | 2,683 | 2,090 | 20,485 |
| 73 | 2,215 | 3,518 | 1,990 | 3,557 | 2,521 | 3,103 | 1,872 | 1,000 | 19,775 |
| 74 | 1,000 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 2,521 | 1,000 | 1,872 | 2,090 | 18,747 |
| 75 | 3,371 | 2,318 | 1,990 | 3,557 | 5,093 | 3,103 | 3,804 | 2,090 | 25,326 |
| 76 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 3,122 | 27,579 |
| 77 | 3,371 | 2,318 | 3,189 | 3,557 | 2,521 | 3,103 | 1,872 | 2,090 | 22,020 |
| 78 | 2,215 | 2,318 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 23,909 |
| 79 | 2,215 | 3,518 | 1,990 | 3,557 | 2,521 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 22,736 |
| 80 | 2,215 | 2,318 | 1,990 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 2,090 | 21,677 |
| 81 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 2,521 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 23,935 |
| 82 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 2,683 | 2,090 | 22,983 |
| 83 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 4,849 | 2,521 | 2,009 | 3,804 | 2,090 | 25,350 |

| | | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------|
| 84 | 4,613 | 4,879 | 4,583 | 3,557 | 2,521 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 29,061 |
| 85 | 2,215 | 1,533 | 1,990 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 2,683 | 3,122 | 20,831 |
| 86 | 3,371 | 3,518 | 1,990 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 23,874 |
| 87 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 3,804 | 3,122 | 26,291 |
| 88 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 2,009 | 2,683 | 4,346 | 26,394 |
| 89 | 3,371 | 3,518 | 4,583 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 28,812 |
| 90 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 2,683 | 3,122 | 26,265 |
| 91 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 4,383 | 3,804 | 4,346 | 29,888 |
| 92 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 28,609 |
| 93 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 5,154 | 4,346 | 29,959 |
| 94 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 28,609 |
| 95 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 27,417 |
| 96 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 26,262 |
| 97 | 3,371 | 3,518 | 3,189 | 3,557 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 28,609 |
| 98 | 2,215 | 3,518 | 3,189 | 2,366 | 3,721 | 4,383 | 3,804 | 3,122 | 26,318 |
| 99 | 3,371 | 2,318 | 3,189 | 2,366 | 2,521 | 3,103 | 5,154 | 2,090 | 24,111 |
| 100 | 2,215 | 2,318 | 3,189 | 1,459 | 3,721 | 3,103 | 3,804 | 4,346 | 24,154 |



5. LAMPIRAN OUTPUT DATA SPSS Versi 29

1. Uji Validitas

1) Uji Validitas *Performance Expectancy*

| | | Correlations | | | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 | Total |
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .278** | .354** | .281** | .270** | .261** | .291** | .363** | .258** | .010 | .572** |
| | Sig. (2-tailed) | | .005 | <.001 | .005 | .007 | .009 | .003 | <.001 | .010 | .925 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .278** | 1 | .278** | .256* | .380** | .378** | .310** | .267** | .255* | .201* | .620** |
| | Sig. (2-tailed) | .005 | | .005 | .010 | <.001 | <.001 | .002 | .007 | .010 | .045 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .354** | .278** | 1 | .284** | .412** | .290** | .393** | .206* | .282** | -.020 | .599** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .005 | | .004 | <.001 | .003 | <.001 | .040 | .004 | .840 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.4 | Pearson Correlation | .281** | .256* | .284** | 1 | .219* | .258** | .347** | .324** | .305** | .268** | .607** |
| | Sig. (2-tailed) | .005 | .010 | .004 | | .029 | .009 | <.001 | .001 | .002 | .007 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.5 | Pearson Correlation | .270** | .380** | .412** | .219* | 1 | .476** | .421** | .128 | .299** | .016 | .625** |
| | Sig. (2-tailed) | .007 | <.001 | <.001 | .029 | | <.001 | <.001 | .205 | .003 | .876 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.6 | Pearson Correlation | .261** | .378** | .290** | .258** | .476** | 1 | .406** | .163 | .347** | -.005 | .616** |
| | Sig. (2-tailed) | .009 | <.001 | .003 | .009 | <.001 | <.001 | <.001 | .105 | <.001 | .958 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.7 | Pearson Correlation | .291** | .310** | .393** | .347** | .421** | .406** | 1 | .242* | .268** | .147 | .659** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .002 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | | .015 | .007 | .144 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.8 | Pearson Correlation | .363** | .267** | .206* | .324** | .128 | .163 | .242* | 1 | .435** | .186 | .567** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .007 | .040 | .001 | .205 | .105 | .015 | | <.001 | .064 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.9 | Pearson Correlation | .258** | .255* | .282** | .305** | .299** | .347** | .268** | .435** | 1 | .166 | .619** |
| | Sig. (2-tailed) | .010 | .010 | .004 | .002 | .003 | <.001 | .007 | <.001 | | .099 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.10 | Pearson Correlation | .010 | .201* | -.020 | .268** | .016 | -.005 | .147 | .186 | .166 | 1 | .338** |
| | Sig. (2-tailed) | .925 | .045 | .840 | .007 | .876 | .958 | .144 | .064 | .099 | | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | .572** | .620** | .599** | .607** | .625** | .616** | .659** | .567** | .619** | .338** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

2) Uji Validitas *Effort Expectancy*

| | | Correlations | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | Total |
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .333** | .340** | .356** | .010 | .299** | .626** |
| | Sig. (2-tailed) | | <.001 | <.001 | <.001 | .923 | .003 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .333** | 1 | .229* | .163 | .392** | .324** | .652** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | | .022 | .105 | <.001 | <.001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .340** | .229* | 1 | .355** | .108 | .235* | .606** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .022 | | <.001 | .286 | .019 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .356** | .163 | .355** | 1 | .346** | .132 | .631** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .105 | <.001 | | <.001 | .192 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.5 | Pearson Correlation | .010 | .392** | .108 | .346** | 1 | .361** | .593** |
| | Sig. (2-tailed) | .923 | <.001 | .286 | <.001 | | <.001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.6 | Pearson Correlation | .299** | .324** | .235* | .132 | .361** | 1 | .629** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | <.001 | .019 | .192 | <.001 | | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | .626** | .652** | .606** | .631** | .593** | .629** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

3) Uji Validitas *Social Influence*

| | | Correlations | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | X3.4 | X3.5 | X3.6 | Total |
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .492** | .360** | .394** | .161 | .325** | .715** |
| | Sig. (2-tailed) | | <.001 | <.001 | <.001 | .110 | <.001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .492** | 1 | .246* | .106 | .389** | .315** | .664** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | | .014 | .293 | <.001 | .001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .360** | .246* | 1 | .343** | .173 | .202* | .607** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .014 | | <.001 | .086 | .043 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.4 | Pearson Correlation | .394** | .106 | .343** | 1 | .253* | .055 | .570** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .293 | <.001 | | .011 | .584 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.5 | Pearson Correlation | .161 | .389** | .173 | .253* | 1 | .476** | .643** |
| | Sig. (2-tailed) | .110 | <.001 | .086 | .011 | | <.001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.6 | Pearson Correlation | .325** | .315** | .202* | .055 | .476** | 1 | .621** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .001 | .043 | .584 | <.001 | | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | .715** | .664** | .607** | .570** | .643** | .621** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

4) Uji Validitas *Loyalitas Nasabah*

| | | Correlations | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 | Total |
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .247* | .271** | .416** | .310** | .105 | .149 | .326** | .632** |
| | Sig. (2-tailed) | | .013 | .006 | <.001 | .002 | .299 | .140 | <.001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .247* | 1 | .180 | .205* | .082 | .091 | .014 | .086 | .422** |
| | Sig. (2-tailed) | .013 | | .074 | .041 | .419 | .368 | .892 | .394 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .271** | .180 | 1 | .327** | .148 | .107 | .211* | .059 | .513** |
| | Sig. (2-tailed) | .006 | .074 | | <.001 | .143 | .288 | .035 | .561 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .416** | .205* | .327** | 1 | .429** | .288** | .146 | .253* | .685** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .041 | <.001 | | <.001 | .004 | .146 | .011 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .310** | .082 | .148 | .429** | 1 | .256* | .137 | .167 | .562** |
| | Sig. (2-tailed) | .002 | .419 | .143 | <.001 | | .010 | .174 | .096 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .105 | .091 | .107 | .288** | .256* | 1 | .278** | .313** | .542** |
| | Sig. (2-tailed) | .299 | .368 | .288 | .004 | .010 | | .005 | .002 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.7 | Pearson Correlation | .149 | .014 | .211* | .146 | .137 | .278** | 1 | .427** | .530** |
| | Sig. (2-tailed) | .140 | .892 | .035 | .146 | .174 | .005 | | <.001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Y.8 | Pearson Correlation | .326** | .086 | .059 | .253* | .167 | .313** | .427** | 1 | .592** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .394 | .561 | .011 | .096 | .002 | <.001 | | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | .632** | .422** | .513** | .685** | .562** | .542** | .530** | .592** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

5) Uji Validitas Kepuasan Pengguna

| | | Correlations | | | | | | | | |
|-------|---------------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | Z.1 | Z.2 | Z.3 | Z.4 | Z.5 | Z.6 | Z.7 | Z.8 | Total |
| Z.1 | Pearson Correlation | 1 | .370** | .194 | .417** | .150 | .252* | .259** | .254* | .642** |
| | Sig. (2-tailed) | | <.001 | .053 | <.001 | .136 | .012 | .009 | .011 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Z.2 | Pearson Correlation | .370** | 1 | .290** | .177 | .013 | -.025 | .325** | .261** | .532** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | | .003 | .078 | .897 | .801 | <.001 | .009 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Z.3 | Pearson Correlation | .194 | .290** | 1 | .356** | .153 | .209* | .285** | .240* | .601** |
| | Sig. (2-tailed) | .053 | .003 | | <.001 | .130 | .037 | .004 | .016 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Z.4 | Pearson Correlation | .417** | .177 | .356** | 1 | .153 | .096 | .131 | -.008 | .514** |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | .078 | <.001 | | .128 | .342 | .195 | .938 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Z.5 | Pearson Correlation | .150 | .013 | .153 | .153 | 1 | .397** | .224* | .243* | .514** |
| | Sig. (2-tailed) | .136 | .897 | .130 | .128 | | <.001 | .025 | .015 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Z.6 | Pearson Correlation | .252* | -.025 | .209* | .096 | .397** | 1 | .273** | .127 | .515** |
| | Sig. (2-tailed) | .012 | .801 | .037 | .342 | <.001 | | .006 | .209 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Z.7 | Pearson Correlation | .259** | .325** | .285** | .131 | .224* | .273** | 1 | .425** | .646** |
| | Sig. (2-tailed) | .009 | <.001 | .004 | .195 | .025 | .006 | | <.001 | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Z.8 | Pearson Correlation | .254* | .261** | .240* | -.008 | .243* | .127 | .425** | 1 | .561** |
| | Sig. (2-tailed) | .011 | .009 | .016 | .938 | .015 | .209 | <.001 | | <.001 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Total | Pearson Correlation | .642** | .532** | .601** | .514** | .514** | .515** | .646** | .561** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | <.001 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

2. Uji Reliabilitas

1) Uji Reliabilitas *Performance Expectancy*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .783 | 10 |

2) Uji Reliabilitas *Effort Expectancy*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .684 | 6 |

3) Uji Reliabilitas *Social Influence*

| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .705 | 6 |

4) Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah

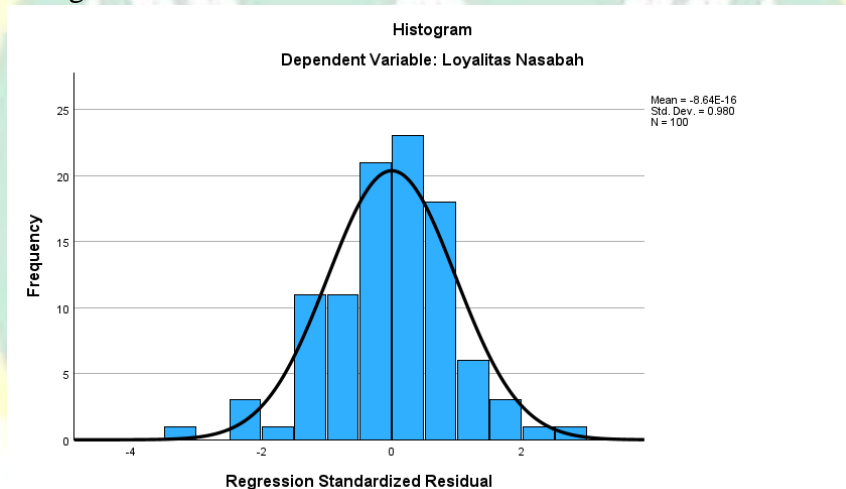
| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .688 | 8 |

5) Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna

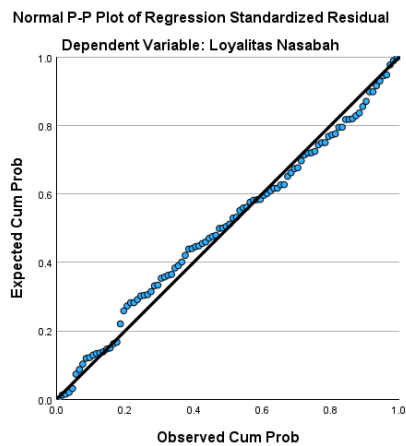
| Reliability Statistics | |
|------------------------|------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .697 | 8 |

3. Uji Normalitas

1. Histogram



2. Normal P-P Plot



3. Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual | |
|--|-------------------------|-------------------------|------|
| N | | 100 | |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 | |
| | Std. Deviation | 2.81719517 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .068 | |
| | Positive | .049 | |
| | Negative | -.068 | |
| Test Statistic | | .068 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) ^c | | .200 ^d | |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e | Sig. | .290 | |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .278 |
| | | Upper Bound | .301 |

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

4. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

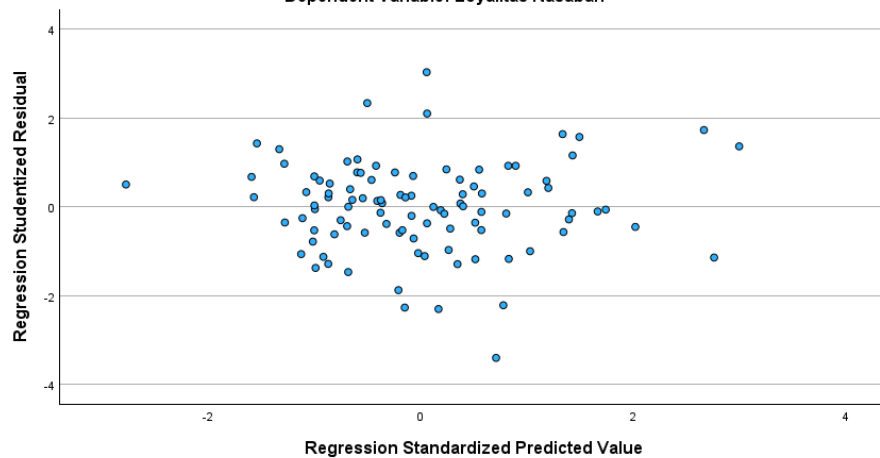
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 4.669 | 2.217 | | 2.106 | .038 | | |
| | Performance Expectancy | .086 | .080 | .111 | 1.074 | .285 | .455 | 2.200 |
| | Effort Expectancy | .312 | .133 | .261 | 2.341 | .021 | .391 | 2.555 |
| | Social Influence | .138 | .107 | .119 | 1.289 | .201 | .565 | 1.770 |
| | Kepuasan Pengguna | .384 | .087 | .385 | 4.415 | <.001 | .637 | 1.569 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

5. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Loyalitas Nasabah



6. Uji F (Simultan)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|--------------------|
| 1 | Regression | 918.667 | 4 | 229.667 | 27.769 | <.001 ^b |
| | Residual | 785.722 | 95 | 8.271 | | |
| | Total | 1704.389 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengguna, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy

7. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .734 ^a | .539 | .520 | 2.87589 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengguna, Social Influence, Performance Expectancy, Effort Expectancy

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

8. Uji t (Parsial)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|-------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 4.669 | 2.217 | | 2.106 | .038 | | |
| | Performance Expectancy | .086 | .080 | .111 | 1.074 | .285 | .455 | 2.200 |
| | Effort Expectancy | .312 | .133 | .261 | 2.341 | .021 | .391 | 2.555 |
| | Social Influence | .138 | .107 | .119 | 1.289 | .201 | .565 | 1.770 |
| | Kepuasan Pengguna | .384 | .087 | .385 | 4.415 | <.001 | .637 | 1.569 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

9. Hasil Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis/MRA*)

1. Uji *Moderated Regression Analysis* Model 1

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 39.849 | 17.996 | | 2.214 | .029 |
| | Performance Expectancy | -.646 | .456 | -.798 | -1.419 | .159 |
| | Kepuasan Pengguna | -.658 | .598 | -.640 | -1.101 | .274 |
| | Interaksi 1 | .029 | .015 | 1.926 | 1.958 | .053 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

2. Uji *Moderated Regression Analysis* Model 2

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 38.083 | 13.958 | | 2.728 | .008 |
| | Effort Expectancy | -.907 | .590 | -.746 | -1.537 | .128 |
| | Kepuasan Pengguna | -.630 | .457 | -.613 | -1.379 | .171 |
| | Interaksi 2 | .044 | .019 | 1.915 | 2.362 | .020 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

3. Uji *Moderated Regression Analysis* Model 3

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 28.176 | 15.036 | | 1.874 | .064 |
| | Social Influence | -.644 | .659 | -.563 | -.977 | .331 |
| | Kepuasan Pengguna | -.191 | .483 | -.186 | -.395 | .693 |
| | Interaksi 3 | .031 | .021 | 1.313 | 1.509 | .134 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah



6. LAMPIRAN DISTRIBUSI TABEL

1) Tabel Distribusi Nilai r

DISTRIBUSI NILAI r_{tabel} SIGNIFIKANSI 5% dan 1%

| N | The Level of Significance | | N | The Level of Significance | |
|----|---------------------------|-------|------|---------------------------|-------|
| | 5% | 1% | | 5% | 1% |
| 3 | 0.997 | 0.999 | 38 | 0.320 | 0.413 |
| 4 | 0.950 | 0.990 | 39 | 0.316 | 0.408 |
| 5 | 0.878 | 0.959 | 40 | 0.312 | 0.403 |
| 6 | 0.811 | 0.917 | 41 | 0.308 | 0.398 |
| 7 | 0.754 | 0.874 | 42 | 0.304 | 0.393 |
| 8 | 0.707 | 0.834 | 43 | 0.301 | 0.389 |
| 9 | 0.666 | 0.798 | 44 | 0.297 | 0.384 |
| 10 | 0.632 | 0.765 | 45 | 0.294 | 0.380 |
| 11 | 0.602 | 0.735 | 46 | 0.291 | 0.376 |
| 12 | 0.576 | 0.708 | 47 | 0.288 | 0.372 |
| 13 | 0.553 | 0.684 | 48 | 0.284 | 0.368 |
| 14 | 0.532 | 0.661 | 49 | 0.281 | 0.364 |
| 15 | 0.514 | 0.641 | 50 | 0.279 | 0.361 |
| 16 | 0.497 | 0.623 | 55 | 0.266 | 0.345 |
| 17 | 0.482 | 0.606 | 60 | 0.254 | 0.330 |
| 18 | 0.468 | 0.590 | 65 | 0.244 | 0.317 |
| 19 | 0.456 | 0.575 | 70 | 0.235 | 0.306 |
| 20 | 0.444 | 0.561 | 75 | 0.227 | 0.296 |
| 21 | 0.433 | 0.549 | 80 | 0.220 | 0.286 |
| 22 | 0.432 | 0.537 | 85 | 0.213 | 0.278 |
| 23 | 0.413 | 0.526 | 90 | 0.207 | 0.267 |
| 24 | 0.404 | 0.515 | 95 | 0.202 | 0.263 |
| 25 | 0.396 | 0.505 | 100 | 0.195 | 0.256 |
| 26 | 0.388 | 0.496 | 125 | 0.176 | 0.230 |
| 27 | 0.381 | 0.487 | 150 | 0.159 | 0.210 |
| 28 | 0.374 | 0.478 | 175 | 0.148 | 0.194 |
| 29 | 0.367 | 0.470 | 200 | 0.138 | 0.181 |
| 30 | 0.361 | 0.463 | 300 | 0.113 | 0.148 |
| 31 | 0.355 | 0.456 | 400 | 0.098 | 0.128 |
| 32 | 0.349 | 0.449 | 500 | 0.088 | 0.115 |
| 33 | 0.344 | 0.442 | 600 | 0.080 | 0.105 |
| 34 | 0.339 | 0.436 | 700 | 0.074 | 0.097 |
| 35 | 0.334 | 0.430 | 800 | 0.070 | 0.091 |
| 36 | 0.329 | 0.424 | 900 | 0.065 | 0.086 |
| 37 | 0.325 | 0.418 | 1000 | 0.062 | 0.081 |

2) Tabel Uji T

| df | 0,05 | 0,025 |
|----|-------|--------|
| 1 | 6.314 | 12.706 |
| 2 | 2.920 | 4.303 |
| 3 | 2.353 | 3.182 |
| 4 | 2.132 | 2.776 |
| 5 | 2.015 | 2.571 |
| 6 | 1.943 | 2.447 |
| 7 | 1.895 | 2.365 |
| 8 | 1.860 | 2.306 |
| 9 | 1.833 | 2.262 |
| 10 | 1.812 | 2.228 |
| 11 | 1.796 | 2.201 |
| 12 | 1.782 | 2.179 |
| 13 | 1.771 | 2.160 |
| 14 | 1.761 | 2.145 |
| 15 | 1.753 | 2.131 |
| 16 | 1.746 | 2.120 |
| 17 | 1.740 | 2.110 |
| 18 | 1.734 | 2.101 |
| 19 | 1.729 | 2.093 |
| 20 | 1.725 | 2.086 |
| 21 | 1.721 | 2.080 |
| 22 | 1.717 | 2.074 |
| 23 | 1.714 | 2.069 |
| 24 | 1.711 | 2.064 |
| 25 | 1.708 | 2.060 |
| 26 | 1.706 | 2.056 |
| 27 | 1.703 | 2.052 |
| 28 | 1.701 | 2.048 |
| 29 | 1.699 | 2.045 |
| 30 | 1.697 | 2.042 |
| 31 | 1.696 | 2.040 |
| 32 | 1.694 | 2.037 |
| 33 | 1.692 | 2.035 |
| 34 | 1.691 | 2.032 |
| 35 | 1.690 | 2.030 |
| 36 | 1.688 | 2.028 |
| 37 | 1.687 | 2.026 |
| 38 | 1.686 | 2.024 |
| 39 | 1.685 | 2.023 |
| 40 | 1.684 | 2.021 |
| 41 | 1.683 | 2.020 |
| 42 | 1.682 | 2.018 |
| 43 | 1.681 | 2.017 |
| 44 | 1.680 | 2.015 |
| 45 | 1.679 | 2.014 |
| 46 | 1.679 | 2.014 |
| 47 | 1.678 | 2.013 |
| 48 | 1.677 | 2.012 |
| 49 | 1.677 | 2.011 |
| 50 | 1.676 | 2.010 |
| 51 | 1.675 | 2.008 |
| 52 | 1.675 | 2.007 |

| df | 0,05 | 0,025 |
|-----|-------|-------|
| 53 | 1.674 | 2.006 |
| 54 | 1.674 | 2.005 |
| 55 | 1.673 | 2.004 |
| 56 | 1.673 | 2.003 |
| 57 | 1.672 | 2.002 |
| 58 | 1.672 | 2.002 |
| 59 | 1.671 | 2.001 |
| 60 | 1.671 | 2.000 |
| 61 | 1.670 | 2.000 |
| 62 | 1.670 | 1.999 |
| 63 | 1.669 | 1.998 |
| 64 | 1.669 | 1.998 |
| 65 | 1.669 | 1.997 |
| 66 | 1.668 | 1.997 |
| 67 | 1.668 | 1.996 |
| 68 | 1.668 | 1.995 |
| 69 | 1.667 | 1.995 |
| 70 | 1.667 | 1.994 |
| 71 | 1.667 | 1.995 |
| 72 | 1.666 | 1.993 |
| 73 | 1.666 | 1.993 |
| 74 | 1.666 | 1.993 |
| 75 | 1.665 | 1.992 |
| 76 | 1.665 | 1.992 |
| 77 | 1.665 | 1.991 |
| 78 | 1.665 | 1.991 |
| 79 | 1.664 | 1.990 |
| 80 | 1.664 | 1.990 |
| 81 | 1.664 | 1.990 |
| 82 | 1.664 | 1.989 |
| 83 | 1.663 | 1.989 |
| 84 | 1.663 | 1.989 |
| 85 | 1.663 | 1.988 |
| 86 | 1.663 | 1.988 |
| 87 | 1.663 | 1.988 |
| 88 | 1.662 | 1.987 |
| 89 | 1.662 | 1.987 |
| 90 | 1.662 | 1.987 |
| 91 | 1.662 | 1.986 |
| 92 | 1.662 | 1.986 |
| 93 | 1.661 | 1.986 |
| 94 | 1.661 | 1.986 |
| 95 | 1.661 | 1.985 |
| 96 | 1.661 | 1.985 |
| 97 | 1.661 | 1.985 |
| 98 | 1.661 | 1.984 |
| 99 | 1.660 | 1.984 |
| 100 | 1.660 | 1.984 |
| 101 | 1.660 | 1.984 |
| 102 | 1.660 | 1.983 |
| 103 | 1.660 | 1.983 |
| 104 | 1.660 | 1.983 |

| df | 0,05 | 0,025 |
|-----|-------|-------|
| 105 | 1.659 | 1.983 |
| 106 | 1.659 | 1.983 |
| 107 | 1.659 | 1.982 |
| 108 | 1.659 | 1.982 |
| 109 | 1.659 | 1.982 |
| 110 | 1.659 | 1.982 |
| 111 | 1.659 | 1.982 |
| 112 | 1.659 | 1.981 |
| 113 | 1.658 | 1.981 |
| 114 | 1.658 | 1.981 |
| 115 | 1.658 | 1.981 |
| 116 | 1.658 | 1.981 |
| 117 | 1.658 | 1.980 |
| 118 | 1.658 | 1.980 |
| 119 | 1.658 | 1.980 |
| 120 | 1.658 | 1.980 |
| 121 | 1.658 | 1.980 |
| 122 | 1.657 | 1.980 |
| 123 | 1.657 | 1.979 |
| 124 | 1.657 | 1.979 |
| 125 | 1.657 | 1.979 |
| 126 | 1.657 | 1.979 |
| 127 | 1.657 | 1.979 |
| 128 | 1.657 | 1.979 |
| 129 | 1.657 | 1.979 |
| 130 | 1.657 | 1.978 |
| 131 | 1.657 | 1.978 |
| 132 | 1.656 | 1.978 |
| 133 | 1.656 | 1.978 |
| 134 | 1.656 | 1.978 |
| 135 | 1.656 | 1.978 |
| 136 | 1.656 | 1.978 |
| 137 | 1.656 | 1.977 |
| 138 | 1.656 | 1.977 |
| 139 | 1.656 | 1.977 |
| 140 | 1.656 | 1.977 |
| 141 | 1.656 | 1.977 |
| 142 | 1.656 | 1.977 |
| 143 | 1.656 | 1.977 |
| 144 | 1.656 | 1.977 |
| 145 | 1.655 | 1.976 |
| 146 | 1.655 | 1.976 |
| 147 | 1.655 | 1.976 |
| 148 | 1.655 | 1.976 |
| 149 | 1.655 | 1.976 |
| 150 | 1.655 | 1.976 |
| 151 | 1.655 | 1.976 |
| 152 | 1.655 | 1.976 |
| 153 | 1.655 | 1.976 |
| 154 | 1.655 | 1.975 |
| 155 | 1.655 | 1.975 |
| 156 | 1.655 | 1.975 |

| df | 0,05 | 0,025 |
|-----|-------|-------|
| 157 | 1.655 | 1.975 |
| 158 | 1.655 | 1.975 |
| 159 | 1.654 | 1.975 |
| 160 | 1.654 | 1.975 |
| 161 | 1.654 | 1.975 |
| 162 | 1.654 | 1.975 |
| 163 | 1.654 | 1.975 |
| 164 | 1.654 | 1.975 |
| 165 | 1.654 | 1.974 |
| 166 | 1.654 | 1.974 |
| 167 | 1.654 | 1.974 |
| 168 | 1.654 | 1.974 |
| 169 | 1.654 | 1.974 |
| 170 | 1.654 | 1.974 |
| 171 | 1.654 | 1.974 |
| 172 | 1.654 | 1.974 |
| 173 | 1.654 | 1.974 |
| 174 | 1.654 | 1.974 |
| 175 | 1.654 | 1.974 |
| 176 | 1.654 | 1.974 |
| 177 | 1.654 | 1.973 |
| 178 | 1.653 | 1.973 |
| 179 | 1.653 | 1.973 |
| 180 | 1.653 | 1.973 |
| 181 | 1.653 | 1.973 |
| 182 | 1.653 | 1.973 |
| 183 | 1.654 | 1.973 |
| 184 | 1.653 | 1.973 |
| 185 | 1.653 | 1.973 |
| 186 | 1.653 | 1.973 |
| 187 | 1.653 | 1.973 |
| 188 | 1.653 | 1.973 |
| 189 | 1.654 | 1.973 |
| 190 | 1.653 | 1.973 |
| 191 | 1.653 | 1.972 |
| 192 | 1.653 | 1.972 |
| 193 | 1.653 | 1.972 |
| 194 | 1.653 | 1.972 |
| 195 | 1.654 | 1.972 |
| 196 | 1.653 | 1.972 |
| 197 | 1.653 | 1.972 |
| 198 | 1.653 | 1.972 |
| 199 | 1.653 | 1.972 |
| 200 | 1.653 | 1.972 |

3) Tabel Uji F

| $\alpha = 0,05$ | $df_1=(k-1)$ | | | | | | | |
|-----------------|--------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| $df_2=(n-k-1)$ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| 1 | 161,448 | 199,500 | 215,707 | 224,583 | 230,162 | 233,986 | 236,768 | 238,883 |
| 2 | 18,513 | 19,000 | 19,164 | 19,247 | 19,296 | 19,330 | 19,353 | 19,371 |
| 3 | 10,128 | 9,552 | 9,277 | 9,117 | 9,013 | 8,941 | 8,887 | 8,845 |
| 4 | 7,709 | 6,944 | 6,591 | 6,388 | 6,256 | 6,163 | 6,094 | 6,041 |
| 5 | 6,608 | 5,786 | 5,409 | 5,192 | 5,050 | 4,950 | 4,876 | 4,818 |
| 6 | 5,987 | 5,143 | 4,757 | 4,534 | 4,387 | 4,284 | 4,207 | 4,147 |
| 7 | 5,591 | 4,737 | 4,347 | 4,120 | 3,972 | 3,866 | 3,787 | 3,726 |
| 8 | 5,318 | 4,459 | 4,066 | 3,838 | 3,687 | 3,581 | 3,500 | 3,438 |
| 9 | 5,117 | 4,256 | 3,863 | 3,633 | 3,482 | 3,374 | 3,293 | 3,230 |
| 10 | 4,965 | 4,103 | 3,708 | 3,478 | 3,326 | 3,217 | 3,135 | 3,072 |
| 11 | 4,844 | 3,982 | 3,587 | 3,357 | 3,204 | 3,095 | 3,012 | 2,948 |
| 12 | 4,747 | 3,885 | 3,490 | 3,259 | 3,106 | 2,996 | 2,913 | 2,849 |
| 13 | 4,667 | 3,806 | 3,411 | 3,179 | 3,025 | 2,915 | 2,832 | 2,767 |
| 14 | 4,600 | 3,739 | 3,344 | 3,112 | 2,958 | 2,848 | 2,764 | 2,699 |
| 15 | 4,543 | 3,682 | 3,287 | 3,056 | 2,901 | 2,790 | 2,707 | 2,641 |
| 16 | 4,494 | 3,634 | 3,239 | 3,007 | 2,852 | 2,741 | 2,657 | 2,591 |
| 17 | 4,451 | 3,592 | 3,197 | 2,965 | 2,810 | 2,699 | 2,614 | 2,548 |
| 18 | 4,414 | 3,555 | 3,160 | 2,928 | 2,773 | 2,661 | 2,577 | 2,510 |
| 19 | 4,381 | 3,522 | 3,127 | 2,895 | 2,740 | 2,628 | 2,544 | 2,477 |
| 20 | 4,351 | 3,493 | 3,098 | 2,866 | 2,711 | 2,599 | 2,514 | 2,447 |
| 21 | 4,325 | 3,467 | 3,072 | 2,840 | 2,685 | 2,573 | 2,488 | 2,420 |
| 22 | 4,301 | 3,443 | 3,049 | 2,817 | 2,661 | 2,549 | 2,464 | 2,397 |
| 23 | 4,279 | 3,422 | 3,028 | 2,796 | 2,640 | 2,528 | 2,442 | 2,375 |
| 24 | 4,260 | 3,403 | 3,009 | 2,776 | 2,621 | 2,508 | 2,423 | 2,355 |
| 25 | 4,242 | 3,385 | 2,991 | 2,759 | 2,603 | 2,490 | 2,405 | 2,337 |
| 26 | 4,225 | 3,369 | 2,975 | 2,743 | 2,587 | 2,474 | 2,388 | 2,321 |
| 27 | 4,210 | 3,354 | 2,960 | 2,728 | 2,572 | 2,459 | 2,373 | 2,305 |
| 28 | 4,196 | 3,340 | 2,947 | 2,714 | 2,558 | 2,445 | 2,359 | 2,291 |
| 29 | 4,183 | 3,328 | 2,934 | 2,701 | 2,545 | 2,432 | 2,346 | 2,278 |

| | | | | | | | | |
|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 30 | 4,171 | 3,316 | 2,922 | 2,690 | 2,534 | 2,421 | 2,334 | 2,266 |
| 31 | 4,160 | 3,305 | 2,911 | 2,679 | 2,523 | 2,409 | 2,323 | 2,255 |
| 32 | 4,149 | 3,295 | 2,901 | 2,668 | 2,512 | 2,399 | 2,313 | 2,244 |
| 33 | 4,139 | 3,285 | 2,892 | 2,659 | 2,503 | 2,389 | 2,303 | 2,235 |
| 34 | 4,130 | 3,276 | 2,883 | 2,650 | 2,494 | 2,380 | 2,294 | 2,225 |
| 35 | 4,121 | 3,267 | 2,874 | 2,641 | 2,485 | 2,372 | 2,285 | 2,217 |
| 36 | 4,113 | 3,259 | 2,866 | 2,634 | 2,477 | 2,364 | 2,277 | 2,209 |
| 37 | 4,105 | 3,252 | 2,859 | 2,626 | 2,470 | 2,356 | 2,270 | 2,201 |
| 38 | 4,098 | 3,245 | 2,852 | 2,619 | 2,463 | 2,349 | 2,262 | 2,194 |
| 39 | 4,091 | 3,238 | 2,845 | 2,612 | 2,456 | 2,342 | 2,255 | 2,187 |
| 40 | 4,085 | 3,232 | 2,839 | 2,606 | 2,449 | 2,336 | 2,249 | 2,180 |
| 41 | 4,079 | 3,226 | 2,833 | 2,600 | 2,443 | 2,330 | 2,243 | 2,174 |
| 42 | 4,073 | 3,220 | 2,827 | 2,594 | 2,438 | 2,324 | 2,237 | 2,168 |
| 43 | 4,067 | 3,214 | 2,822 | 2,589 | 2,432 | 2,318 | 2,232 | 2,163 |
| 44 | 4,062 | 3,209 | 2,816 | 2,584 | 2,427 | 2,313 | 2,226 | 2,157 |
| 45 | 4,057 | 3,204 | 2,812 | 2,579 | 2,422 | 2,308 | 2,221 | 2,152 |
| 46 | 4,052 | 3,200 | 2,807 | 2,574 | 2,417 | 2,304 | 2,216 | 2,147 |
| 47 | 4,047 | 3,195 | 2,802 | 2,570 | 2,413 | 2,299 | 2,212 | 2,143 |
| 48 | 4,043 | 3,191 | 2,798 | 2,565 | 2,409 | 2,295 | 2,207 | 2,138 |
| 49 | 4,038 | 3,187 | 2,794 | 2,561 | 2,404 | 2,290 | 2,203 | 2,134 |
| 50 | 4,034 | 3,183 | 2,790 | 2,557 | 2,400 | 2,286 | 2,199 | 2,130 |
| 51 | 4,030 | 3,179 | 2,786 | 2,553 | 2,397 | 2,283 | 2,195 | 2,126 |
| 52 | 4,027 | 3,175 | 2,783 | 2,550 | 2,393 | 2,279 | 2,192 | 2,122 |
| 53 | 4,023 | 3,172 | 2,779 | 2,546 | 2,389 | 2,275 | 2,188 | 2,119 |
| 54 | 4,020 | 3,168 | 2,776 | 2,543 | 2,386 | 2,272 | 2,185 | 2,115 |
| 55 | 4,016 | 3,165 | 2,773 | 2,540 | 2,383 | 2,269 | 2,181 | 2,112 |
| 56 | 4,013 | 3,162 | 2,769 | 2,537 | 2,380 | 2,266 | 2,178 | 2,109 |
| 57 | 4,010 | 3,159 | 2,766 | 2,534 | 2,377 | 2,263 | 2,175 | 2,106 |
| 58 | 4,007 | 3,156 | 2,764 | 2,531 | 2,374 | 2,260 | 2,172 | 2,103 |
| 59 | 4,004 | 3,153 | 2,761 | 2,528 | 2,371 | 2,257 | 2,169 | 2,100 |
| 60 | 4,001 | 3,150 | 2,758 | 2,525 | 2,368 | 2,254 | 2,167 | 2,097 |
| 61 | 3,998 | 3,148 | 2,755 | 2,523 | 2,366 | 2,251 | 2,164 | 2,094 |
| 62 | 3,996 | 3,145 | 2,753 | 2,520 | 2,363 | 2,249 | 2,161 | 2,092 |
| 63 | 3,993 | 3,143 | 2,751 | 2,518 | 2,361 | 2,246 | 2,159 | 2,089 |
| 64 | 3,991 | 3,140 | 2,748 | 2,515 | 2,358 | 2,244 | 2,156 | 2,087 |
| 65 | 3,989 | 3,138 | 2,746 | 2,513 | 2,356 | 2,242 | 2,154 | 2,084 |
| 66 | 3,986 | 3,136 | 2,744 | 2,511 | 2,354 | 2,239 | 2,152 | 2,082 |

| | | | | | | | | |
|-----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 67 | 3,984 | 3,134 | 2,742 | 2,509 | 2,352 | 2,237 | 2,150 | 2,080 |
| 68 | 3,982 | 3,132 | 2,740 | 2,507 | 2,350 | 2,235 | 2,148 | 2,078 |
| 69 | 3,980 | 3,130 | 2,737 | 2,505 | 2,348 | 2,233 | 2,145 | 2,076 |
| 70 | 3,978 | 3,128 | 2,736 | 2,503 | 2,346 | 2,231 | 2,143 | 2,074 |
| 71 | 3,976 | 3,126 | 2,734 | 2,501 | 2,344 | 2,229 | 2,142 | 2,072 |
| 72 | 3,974 | 3,124 | 2,732 | 2,499 | 2,342 | 2,227 | 2,140 | 2,070 |
| 73 | 3,972 | 3,122 | 2,730 | 2,497 | 2,340 | 2,226 | 2,138 | 2,068 |
| 74 | 3,970 | 3,120 | 2,728 | 2,495 | 2,338 | 2,224 | 2,136 | 2,066 |
| 75 | 3,968 | 3,119 | 2,727 | 2,494 | 2,337 | 2,222 | 2,134 | 2,064 |
| 76 | 3,967 | 3,117 | 2,725 | 2,492 | 2,335 | 2,220 | 2,133 | 2,063 |
| 77 | 3,965 | 3,115 | 2,723 | 2,490 | 2,333 | 2,219 | 2,131 | 2,061 |
| 78 | 3,963 | 3,114 | 2,722 | 2,489 | 2,332 | 2,217 | 2,129 | 2,059 |
| 79 | 3,962 | 3,112 | 2,720 | 2,487 | 2,330 | 2,216 | 2,128 | 2,058 |
| 80 | 3,960 | 3,111 | 2,719 | 2,486 | 2,329 | 2,214 | 2,126 | 2,056 |
| 81 | 3,959 | 3,109 | 2,717 | 2,484 | 2,327 | 2,213 | 2,125 | 2,055 |
| 82 | 3,957 | 3,108 | 2,716 | 2,483 | 2,326 | 2,211 | 2,123 | 2,053 |
| 83 | 3,956 | 3,107 | 2,715 | 2,482 | 2,324 | 2,210 | 2,122 | 2,052 |
| 84 | 3,955 | 3,105 | 2,713 | 2,480 | 2,323 | 2,209 | 2,121 | 2,051 |
| 85 | 3,953 | 3,104 | 2,712 | 2,479 | 2,322 | 2,207 | 2,119 | 2,049 |
| 86 | 3,952 | 3,103 | 2,711 | 2,478 | 2,321 | 2,206 | 2,118 | 2,048 |
| 87 | 3,951 | 3,101 | 2,709 | 2,476 | 2,319 | 2,205 | 2,117 | 2,047 |
| 88 | 3,949 | 3,100 | 2,708 | 2,475 | 2,318 | 2,203 | 2,115 | 2,045 |
| 89 | 3,948 | 3,099 | 2,707 | 2,474 | 2,317 | 2,202 | 2,114 | 2,044 |
| 90 | 3,947 | 3,098 | 2,706 | 2,473 | 2,316 | 2,201 | 2,113 | 2,043 |
| 91 | 3,946 | 3,097 | 2,705 | 2,472 | 2,315 | 2,200 | 2,112 | 2,042 |
| 92 | 3,945 | 3,095 | 2,704 | 2,471 | 2,313 | 2,199 | 2,111 | 2,041 |
| 93 | 3,943 | 3,094 | 2,703 | 2,470 | 2,312 | 2,198 | 2,110 | 2,040 |
| 94 | 3,942 | 3,093 | 2,701 | 2,469 | 2,311 | 2,197 | 2,109 | 2,038 |
| 95 | 3,941 | 3,092 | 2,700 | 2,467 | 2,310 | 2,196 | 2,108 | 2,037 |
| 96 | 3,940 | 3,091 | 2,699 | 2,466 | 2,309 | 2,195 | 2,106 | 2,036 |
| 97 | 3,939 | 3,090 | 2,698 | 2,465 | 2,308 | 2,194 | 2,105 | 2,035 |
| 98 | 3,938 | 3,089 | 2,697 | 2,465 | 2,307 | 2,193 | 2,104 | 2,034 |
| 99 | 3,937 | 3,088 | 2,696 | 2,464 | 2,306 | 2,192 | 2,103 | 2,033 |
| 100 | 3,936 | 3,087 | 2,696 | 2,463 | 2,305 | 2,191 | 2,103 | 2,032 |

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

Nama Lengkap : Adiati Nur Pratiwi
NIM : 2017202280
Program Studi : Perbankan Syariah
Tempat/Tanggal Lahir : Cilacap, 16 April 2002
Alamat : Jl. Lapang 003/001 Panisihan, Maos,
Cilacap
Nomor HP : 0895703020382
Email : adiatinurpratiwi16@gmail.com
Nama Ayah : Sa'roni
Nama Ibu : Sri Murtiningsih

B. Riwayat Pendidikan

1. TK Diponegoro Panisihan
2. MI Ma'arif NU 01 Panisihan
3. MTs MINAT Kesugihan
4. SMA Negeri 1 Maos
5. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

C. Pengalaman Organisasi

1. SEMA FEBI UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. DEMA FEBI UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. PMII Rayon FEBI UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Purwokerto, 14 Mei 2024



Adiati Nur Pratiwi