

Pengaruh Kualitas Layanan, Faktor Kemudahan Dan Keamanan Penggunaan
BYOND BY BSI Terhadap Loyalitas Nasabah BYOND BY BSI Di KCP Lawang

Yusharifan Fachri Maulana, Nurhidayah, Ahsani Taqwiem

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Malang

Email: yusharifan9@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menelusuri pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan penggunaan, dan Keamanan dalam penggunaan aplikasi BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KCP Lawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sebanyak 88 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi BYOND BY BSI dijadikan sampel, yang dipilih melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS, mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Sebaliknya, kualitas layanan tidak memberikan pengaruh yang berarti. Secara bersama-sama, ketiga variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND BY BSI. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam layanan perbankan *digital*, aspek Kemudahan dan keamanan sistem menjadi FAKTOR utama dalam membangun Loyalitas Nasabah.

Kata Kunci: Kualitas layanan, kemudahan, keamanan, loyalitas nasabah, BYOND BY BSI

ABSTRACT

This research is conducted to explore the impact of service quality, ease of use, and security in using the BYOND BY BSI application on Customer Loyalty at BSI KCP Lawang. The study adopts a quantitative approach through a survey method. A total of 88 respondents, all of whom are active users of the BYOND BY BSI app, were selected using purposive sampling based on predetermined criteria. Data were analyzed using SPSS software, involving tests for validity and reliability, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The findings indicate that both ease of use and security significantly and positively affect Customer Loyalty. In contrast, service quality does not have a significant effect. When examined together, all three variables significantly influence Customer Loyalty toward the use of the BYOND BY BSI application. These results emphasize that in the context of digital banking services, ease of access and system security play a crucial role in fostering Customer Loyalty.

Keywords: Service quality, ease of use, security, customer loyalty, BYOND BY BSI

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu cepat telah memberikan dampak besar pada berbagai bidang kehidupan, termasuk sektor perbankan. Salah satu inovasi penting yang muncul adalah layanan *mobile banking*, yang memungkinkan transaksi *non-tunai* dilakukan secara praktis melalui perangkat seluler (Sevenlight 2023). Di Indonesia, Bank Syariah Indonesia (BSI) menghadirkan aplikasi BYOND BY BSI yang tidak hanya menyediakan fitur-fitur perbankan umum, tetapi juga fitur berbasis nilai-nilai Islami, seperti pembayaran zakat secara *online* dan pengingat waktu salat (Maharani Rona Makom 2023).

Kualitas Layanan menjadi elemen penting dalam membentuk kepuasan Nasabah, yang dinilai dari sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi ekspektasi Nasabah (Muzammil, Yunus, and Darsono 2017). Salah satu faktor utama adalah Kemudahan penggunaan. Aplikasi BYOND BY BSI dianggap memudahkan aktivitas perbankan, terutama

bagi generasi muda yang akrab dengan teknologi, meskipun sebagian besar pengguna lanjut usia masih cenderung memilih layanan langsung di kantor cabang (Mustika Raudhatul Jannah and Siregar 2024). Namun, berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait pengaruh Kemudahan terhadap Loyalitas Nasabah (Munfaqiroh et al. 2022).

Aspek lain yang tak kalah penting adalah Keamanan. Meskipun BYOND BY BSI telah dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis, insiden peretasan yang terjadi pada Mei 2023 menunjukkan bahwa perlindungan data Nasabah masih perlu ditingkatkan (Maharani Rona Makom 2023). Temuan dari sejumlah studi mengenai hubungan antara Keamanan dan Loyalitas Nasabah juga menunjukkan hasil yang bervariasi (Lubis and Sitorus 2023).

Loyalitas Nasabah merupakan indikator penting dalam menjaga keberlanjutan layanan perbankan. (Griffin, (2005), *Customer Loyalty*, Jakarta : Penerbit Erlangga. n.d.), dalam bukunya *Customer Loyalty*, menyatakan bahwa Loyalitas berkaitan dengan perilaku pembelian yang dilakukan secara konsisten. Insiden pelanggaran Keamanan siber yang dialami BSI pada Mei 2023 menekankan perlunya peningkatan mutu layanan serta membangun kembali kepercayaan Nasabah.

Dalam konteks perbankan syariah, Faktor Kemudahan, Keamanan, dan citra perusahaan menjadi penentu utama dalam membentuk Loyalitas Nasabah. (Marconi 2000) menyebutkan enam aspek yang dapat memengaruhi Loyalitas, seperti nilai, kenyamanan, citra perusahaan, Kualitas Layanan, dan jaminan. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini berfokus pada tiga variabel utama, yaitu Kemudahan, Keamanan, dan Kualitas Layanan, yang diyakini berkontribusi signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan maka diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Lawang?
2. Bagaimana Pengaruh Faktor Kemudahan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BYOND BY BSI DI KCP Lawang?
3. Bagaimana Pengaruh Faktor Keamanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BYOND BY BSI DI KCP Lawang?
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan, Faktor Kemudahan, dan Keamanan Penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah BYOND BY BSI DI KCP Lawang secara Simultan?

Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh Kualitas Layanan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KCP Lawang.
2. Mengkaji bagaimana Kemudahan Penggunaan BYOND BY BSI berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah DI KCP Lawang.
3. Menilai dampak Faktor Keamanan dalam penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah DI KCP LAWANG.
4. Mengevaluasi pengaruh secara bersama-sama dari Kualitas Layanan, Kemudahan, dan Keamanan penggunaan BYOND BY BSI terhadap Loyalitas Nasabah DI KCP Lawang.

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Technology Acceptance Model (TAM)

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan kerangka yang dikembangkan oleh (Fatmawati 2015) untuk mengidentifikasi Faktor utama yang memengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi informasi oleh pengguna. Model ini berlandaskan pada *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikemukakan oleh (Swasti 2020), yang menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh niatnya dalam melakukan suatu tindakan (Nabila

Firdaus Iman & Umiyati 2022).

Kualitas Layanan

Kualitas Layanan menggambarkan sejauh mana suatu layanan mampu memenuhi harapan, kebutuhan, dan preferensi pelanggan. (Tjiptono n.d.) menyatakan bahwa Kualitas Layanan dinilai berdasarkan sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan standar yang diharapkan oleh pelanggan.

Faktor Kemudahan

Kemudahan penggunaan merujuk pada seberapa mudah suatu sistem atau layanan dapat dipahami dan dioperasikan oleh pengguna. Secara umum, Kemudahan menggambarkan kondisi yang tidak rumit dan membantu memperlancar suatu aktivitas, sehingga memberikan pengalaman yang lebih efisien dan nyaman bagi pengguna (Wiktionary 2017).

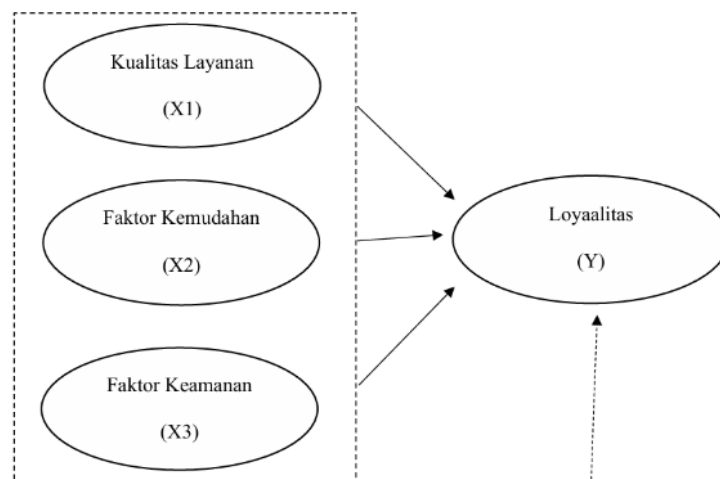
Faktor Keamanan

Keamanan berarti suatu kondisi yang terlindungi dari ancaman atau risiko yang berpotensi merugikan, baik dalam bentuk fisik maupun *digital*. Istilah ini mencakup berbagai aspek seperti Keamanan nasional, Keamanan siber, perlindungan rumah, hingga Keamanan dalam bidang keuangan (Wikipedia 2022).

Loyalitas

Loyalitas Nasabah mengacu pada komitmen yang kuat dari pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan dari suatu perusahaan secara berulang, meskipun tersedia pilihan lain di pasar. (Griffin, (2005), *Customer Loyalty*, Jakarta : Penerbit Erlangga. n.d.) menjelaskan bahwa Loyalitas tercermin dari perilaku pembelian yang konsisten dan didasarkan pada kepercayaan. (Firdausia 2019) menambahkan bahwa Loyalitas merupakan bentuk komitmen jangka panjang untuk terus melakukan pembelian yang tidak mudah berubah meskipun situasi eksternal berubah.

Kerangka Konseptual



Gambar 1 Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori dan temuan dari berbagai penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan aplikasi BYOND BY BSI.
- H2 : Kemudahan dalam menggunakan aplikasi BYOND BY BSI memberikan dampak positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.
- H3 : Aspek Keamanan dalam penggunaan aplikasi BYOND BY BSI secara positif dan signifikan memengaruhi Loyalitas Nasabah.

H4 : Kualitas Layanan, Kemudahan penggunaan, dan Faktor Keamanan secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dalam memanfaatkan aplikasi BYOND BY BSI.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menguji hipotesis serta menganalisis hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, Kemudahan penggunaan dan Keamanan menjadi variabel independen, sedangkan Loyalitas Nasabah merupakan variabel dependen. Pendekatan kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan data berupa angka dan menganalisisnya menggunakan teknik statistik.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah BSI KCP Lawang yang menggunakan aplikasi BYOND BY BSI, dengan jumlah populasi sebanyak 700 orang. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin*, yang menghasilkan total sampel sebanyak 88 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada Nasabah BSI KCP Lawang.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Peneliti menggunakan *skala Likert* lima poin untuk mengukur tanggapan, sikap, dan persepsi responden terhadap variabel yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1.1 Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel r tabel (df = 86, $\alpha = 0.05$)	Sig.	Keputusan
KUALITAS LAYANAN (X1)	X1.1	0,849	0,213	< 0.000	Valid
	X1.2	0,838	0,213	< 0.000	Valid
	X1.3	0,786	0,213	< 0.000	Valid
	X1.4	0,788	0,213	< 0.000	Valid
	X1.5	0,856	0,213	< 0.000	Valid
	X1.6	0,788	0,213	< 0,000	Valid
FAKTOR KEMUDAHAN (X2)	X2.1	0,810	0,213	< 0.000	Valid
	X2.2	0,891	0,213	< 0.000	Valid
	X2.3	0,790	0,213	< 0.000	Valid
	X2.4	0,792	0,213	< 0.000	Valid
FAKTOR KEAMANAN (X3)	X3.1	0,855	0,213	< 0.000	Valid
	X3.2	0,877	0,213	< 0.000	Valid
LOYALITAS (Y)	Y1	0,862	0,213	< 0.000	Valid
	Y2	0,790	0,213	< 0.000	Valid
	Y3	0,837	0,213	< 0.000	Valid

Sumber data: Output SPSS 21, 2025

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa semua item pada variabel Kualitas Layanan, Kemudahan, Keamanan, dan Loyalitas memiliki nilai korelasi (r hitung) yang lebih besar dari r tabel (0,213). Artinya, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak

digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Tabel 1.2 Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Keputusan
KUALITAS LAYANAN (X1)	0,800	Reliable
FAKTOR KEMUDAHAN (X2)	0,821	Reliable
FAKTOR KEAMANAN (X3)	0,883	Reliable
LOYALITAS Nasabah (Y)	0,838	Reliable

Sumber data: Output SPSS 21, 2025

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 1.2 memperlihatkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pengukuran untuk masing-masing variabel, yaitu Kualitas Layanan, Kemudahan, Keamanan, dan Loyalitas, memiliki konsistensi internal yang baik dan dapat dipercaya.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov. Hasil menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,101, yang lebih besar dari 0,05. Ini berarti data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi dasar untuk analisis regresi.

Tabel 1.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,22409387
Most Extreme Differences	Absolute	,130
	Positive	,073
	Negative	-,130
Kolmogorov-Smirnov Z		1,221
Asymp. Sig. (2-tailed)		,101
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber data: Output SPSS 21, 2025

Berdasarkan tabel 1.3, dapat disimpulkan bahwa data menunjukkan terdistribusi normal. Dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel lebih dari 0,05.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menganalisis nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF).

Tabel 1.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		UnStandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,639	1,057		,605	,547		
	KUALITAS LAYANAN	,074	,076	,143	,975	,332	,209	4,778
	FAKTOR KEMUDAHAN	,256	,112	,329	2,276	,025	,215	4,641
	FAKTOR KEAMANAN	,619	,208	,365	2,967	,004	,297	3,363
a. Dependent Variable: LOYALITAS								

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber data: Hasil *Output* SPSS 27, 2025

Berdasarkan Tabel 1.4, semua variabel independen memiliki nilai tolerance di atas 0,01 dan nilai VIF di bawah 10. Ini menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas atau hubungan kuat antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengidentifikasi adanya ketidaksamaan

varian residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Dalam penelitian ini, uji yang digunakan adalah Uji *Glejser*.

Tabel 1.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a					
Model	<i>UnStandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-,112	,627		-,178	,859
KUALITAS LAYANAN	,030	,045	,153	,668	,506
FAKTOR KEMUDAHAN	-,117	,067	-,396	-1,754	,083
FAKTOR KEAMANAN	,258	,124	,400	2,082	,040

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber data: Hasil *Output* SPSS 27, 2025

Hasil dalam Tabel 1.5 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Layanan dan Kemudahan masing-masing di atas 0,05, sedangkan variabel Keamanan sedikit di bawah ambang batas. Namun secara umum, model ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas yang serius.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen Kualitas Layanan, Kemudahan, dan Keamanan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah, baik secara terpisah maupun secara keseluruhan.

Tabel 1.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a					
Model	<i>UnStandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,639	1,057		,605	,547
KUALITAS LAYANAN	,074	,076	,143	,975	,332
FAKTOR KEMUDAHAN	,256	,112	,329	2,276	,025
FAKTOR KEAMANAN	,619	,208	,365	2,967	,004

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber data: Hasil *Output* SPSS 27, 2025

Berdasarkan Tabel 1.6.:

Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Sig. = 0,332). Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks layanan *digital*, faktor layanan tradisional memiliki pengaruh yang lebih kecil dibandingkan faktor teknis sistem.

Faktor Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Sig. = 0,025). Temuan ini mendukung konsep *Technology Acceptance Model (TAM)* yang menyatakan bahwa semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi kemungkinan pengguna untuk tetap menggunakannya.

Faktor Keamanan memberikan pengaruh positif dan paling kuat terhadap Loyalitas Nasabah (Sig. = 0,004). Keamanan menjadi aspek penting dalam sistem keuangan *digital* karena dapat meningkatkan keyakinan dan kenyamanan pengguna.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji-F merupakan suatu prosedur estimasi yang digunakan untuk menilai apakah variabel independen dalam suatu model regresi secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 1.7 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	214,536	3	71,512	46,080	,000 ^b
	Residual	130,361	84	1,552		
	Total	344,898	87			
a. Dependent Variable: LOYALITAS						
b. Predictors: (Constant). FAKTOR KEAMANAN. FAKTOR KEMUDAHAN. KUALITAS LAYANAN						

Sumber data: Hasil *Output* SPSS 27, 2025

Tabel 1.7 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 46,080 dengan signifikansi < 0,001. Artinya, variabel Kualitas Layanan, Kemudahan, dan Keamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pengguna BYOND BY BSI.

Hasil Uji t (Uji Parsial)

Tabel 1.8 Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		UnStandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,639	1,057		,605	,547
	KUALITAS LAYANAN	,074	,076	,143	,975	,332
	FAKTOR KEMUDAHAN	,256	,112	,329	2,276	,025
	FAKTOR KEAMANAN	,619	,208	,365	2,967	,004
a. Dependent Variable: LOYALITAS						

Sumber data: Hasil *Output* SPSS 27, 2025

Hasil Uji t (Tabel 1.8):

- KUALITAS LAYANAN (X1): Tidak berpengaruh signifikan (Sig. = 0,332), sehingga hipotesis ditolak.
- FAKTOR KEMUDAHAN (X2): Berpengaruh positif dan signifikan (Sig. = 0,025), hipotesis diterima.
- FAKTOR KEAMANAN (X3): Berpengaruh positif dan signifikan (Sig. = 0,004), hipotesis diterima.

Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (*R Square*) adalah suatu metode estimasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen.

Tabel 1.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,789a	,622	,609	1,246
a. Predictors: (Constant), FAKTOR KEAMANAN, FAKTOR KEMUDAHAN, KUALITAS LAYANAN				

Sumber data: Hasil *Output* SPSS 27, 2025

Nilai R Square sebesar 0,622 (Tabel 1.9) menunjukkan bahwa sebesar 62,2% variasi Loyalitas Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Layanan, Kemudahan, dan Keamanan. Sementara sisanya sebesar 37,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

Pengaruh KUALITAS LAYANAN terhadap LOYALITAS Nasabah BSI yang menggunakan BYOND BY BSI DI KCP LAWANG

Kualitas Layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Arianto dan Nirwana (2021) yang menyimpulkan bahwa Kualitas Layanan tidak memiliki dampak langsung maupun tidak langsung terhadap Loyalitas melalui kepuasan.

Pengaruh FAKTOR KEMUDAHAN terhadap LOYALITAS Nasabah BSI yang menggunakan BYOND BY BSI DI KCP LAWANG

Kemudahan dalam penggunaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas. Dalam konteks perbankan *digital*, kemudahan tidak hanya terkait teknis, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap Kualitas Layanan.

Pengaruh FAKTOR KEAMANAN terhadap LOYALITAS Nasabah BSI yang menggunakan BYOND BY BSI DI KCP LAWANG

Keamanan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap Loyalitas. Tingginya rasa aman saat bertransaksi membuat Nasabah lebih setia menggunakan layanan BYOND BY BSI. Hasil ini konsisten dengan studi (Sugijanto et al. 2025) yang menemukan bahwa Keamanan aplikasi *mobile banking* berdampak signifikan pada Loyalitas.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BSI KCP Lawang pengguna aplikasi BYOND BY BSI.
2. Faktor Kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.
3. Faktor Keamanan juga berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi Loyalitas.

Keterbatasan

1. Penelitian ini hanya dilakukan di BSI KCP Lawang, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke seluruh Nasabah BSI.
2. Variabel yang diteliti hanya tiga, sementara faktor lain seperti kepercayaan, kepuasan, dan citra merek mungkin juga berperan penting.
3. Penggunaan kuesioner dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara jawaban dan kondisi sebenarnya dari responden.

Saran

1. Penelitian berikutnya sebaiknya melibatkan responden dari berbagai cabang BSI agar hasil lebih general dan representatif.
2. Tambahkan variabel lain seperti kepuasan Nasabah, kepercayaan, dan citra merek agar dapat memperluas pemahaman terhadap Loyalitas dalam konteks *mobile banking*.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmawati, Endang. 2015. "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan." *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi* 9(1): 1-13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.
- Firdausia, Khansa Fitriana. 2019. "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPR Bakonang)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9(2): 1-14.
- "Griffin, (2005), Customer Loyalty, Jakarta : Penerbit Erlangga."
- Lubis, Melsi Diana, and David Humala Sitorus. 2023. "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen." *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5(2): 209-18. doi:10.30812/target.v5i2.3021.
- Maharani Rona Makom. 2023. "Analisis Digital Marketing, Citra Merek, Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang." *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 3(3): 141-51. doi:10.60036/jbm.v3i3.125.
- Marconi, Joe. 2000. *The Brand Marketing Book: Creating, Managing, and Extending the Value of Your Brand*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books.
- Munfaqiroh, Siti, Dike Wahyu, Arminda Dacruz, and Rama Dea. 2022. "578-Article Text-

- 1810-1-10-20220714." 15(1): 122–32.
- Mustika Raudhatul Jannah, and Suzanna Lamria Siregar. 2024. "Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem Dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening." *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi* 11(1): 105–23. doi:10.53008/kalbisocio.v11i1.3302.
- Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. 2017. "'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.'" *Jurnal Manajemen dan Inovasi* 8(3): 104–33.
- Nabila Firdaus Iman & Umiyati. 2022. "ANALISIS DETERMINAN ATAS PROFITABILITAS BANK SYARIAH DI INDONESIA." 10(April): 31–54.
- Sevenlight. 2023. *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Dan Informasi Terhadap Karakter Anak*. Bdkjakarta.Kemenag.Go.Id (Blog).
- Sugijanto, Antonius William, Tommy Christian Efrata, Sonata Christian, and Universitas Ciputra. 2025. "The Influence of Security and Quality Mobile Banking Services on Customer Satisfaction and the Impact on Loyalty Private Bank Customers." 9(1): 88–107.
- Swasti, Istu. 2020. "Analisis Perilaku Investor Di Pasar Modal Syariah Dengan Pendekatan TRA (Theory Of Reasoned Action)." *Universitas Islam Indonesia Respository*: 10–37. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/20401>.
- Tjiptono, Fandy. "Service Management: Mewujudkan Layanan Prima." In Yogyakarta, 142.
- Wikipedia, In. 2022. "Keamanan." In *Ensiklopedia Bebas*.
- Wiktionary, In. 2017. "Kemudahan."
- Fatmawati, Endang. 2015. "Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Sistem Informasi Perpustakaan." *Iqra': Jurnal Perpustakaan dan Informasi* 9(1): 1–13. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/66>.
- Firdausia, Khansa Fitriana. 2019. "Pengaruh Nilai Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kedekatan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPR Bakonang)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 9(2): 1–14.
- "Griffin, (2005), Customer Loyalty, Jakarta : Penerbit Erlangga."
- Lubis, Melsi Diana, and David Humala Sitorus. 2023. "Pengaruh Kemudahan, Keamanan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen." *Target: Jurnal Manajemen Bisnis* 5(2): 209–18. doi:10.30812/target.v5i2.3021.
- Maharani Rona Makom. 2023. "Analisis Digital Marketing, Citra Merek, Dan Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Kota Semarang." *Jurnal Bisnis Mahasiswa* 3(3): 141–51. doi:10.60036/jbm.v3i3.125.
- Marconi, Joe. 2000. *The Brand Marketing Book: Creating, Managing, and Extending the Value of Your Brand*. Lincolnwood, IL: NTC Business Books.
- Munfaqiroh, Siti, Dike Wahyu, Arminda Dacruz, and Rama Dea. 2022. "578-Article Text-1810-1-10-20220714." 15(1): 122–32.
- Mustika Raudhatul Jannah, and Suzanna Lamria Siregar. 2024. "Pengaruh Kemudahan Sistem, Keamanan Sistem Dan Tampilan Aplikasi Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Kualitas Layanan Sebagai Variabel Intervening." *KALBISOCIO Jurnal Bisnis dan Komunikasi* 11(1): 105–23. doi:10.53008/kalbisocio.v11i1.3302.
- Muzammil, Abdul, Mukhlis Yunus, and Nurdasila Darsono. 2017. "'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Di Banda Aceh Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi.'" *Jurnal Manajemen dan Inovasi* 8(3): 104–33.
- Nabila Firdaus Iman & Umiyati. 2022. "ANALISIS DETERMINAN ATAS PROFITABILITAS

- BANK SYARIAH DI INDONESIA." 10(April): 31-54.
- Sevenlight. 2023. *Pengaruh Kemajuan Teknologi Komunikasi Dan Informasi Terhadap Karakter Anak*. Bdkjakarta.Kemenag.Go.Id (Blog).
- Sugijanto, Antonius William, Tommy Christian Efrata, Sonata Christian, and Universitas Ciputra. 2025. "The Influence of Security and Quality Mobile Banking Services on Customer Satisfaction and the Impact on Loyalty Private Bank Customers." 9(1): 88-107.
- Swasti, Istu. 2020. "Analisis Perilaku Investor Di Pasar Modal Syariah Dengan Pendekatan TRA (Theory Of Reasoned Action)." *Universitas Islam Indonesia Respository*: 10-37.
<https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/20401>.
- Tjiptono, Fandy. "Service Management: Mewujudkan Layanan Prima." In Yogyakarta, 142.
- Wikipedia, In. 2022. "Keamanan." In Ensiklopedia Bebas.
- Wiktionary, In. 2017. "Kemudahan."