

**PENGARUH FASILITAS *E-BANKING* TERHADAP LOYALITAS
NASABAH MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BANK ACEH KOTA LANGSA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**OLEH :
AISYAH PUTRI
4012017103**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
TAHUN 2023 M / 1445 H**

PERSETUJUAN

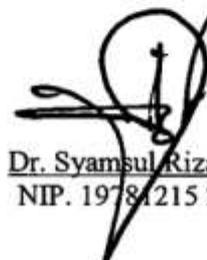
SKRIPSI BERJUDUL

**PENGARUH FASILITAS *E-BANKING* TERHADAP LOYALITAS
NASABAH MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA BANK ACEH KOTA LANGSA**

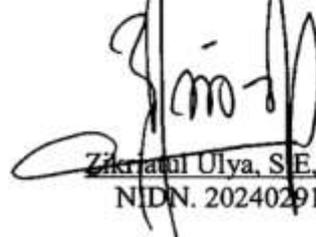
**OLEH:
AISYAH PUTRI
NIM. 4012017103**

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Pada Program Studi Perbankan Syariah

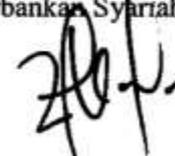
Pembimbing I


Dr. Syamsul Rizal, S.H.I, M.SI
NIP. 19781215 200912 1 002

Pembimbing II


Zakriatul Ulya, S.E, M.Si
NIDN. 2024029102

Mengetahui
Ketua Prodi
Perbankan Syariah


Zefri Maulana, S.E., M.SI
NIDN. 0001108602

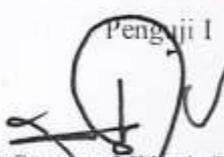
LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Pengaruh Fasilitas *E-Banking* Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Aceh Kota Langsa” Atas Nama Aisyah Putri Nim 4012017103 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 28 Juli 2023. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Perbankan Syariah.

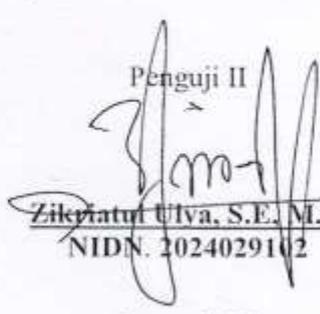
Langsa, 28 Juli 2023

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Langsa

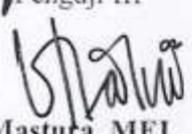
Penguji I


Dr. Svamsul Rizal, S.H.I, M.SI
NIP. 19781215 200912 1 002

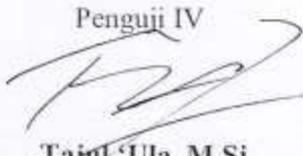
Penguji II


Zikriatul Ulva, S.E, M.Si
NIDN. 2024029102

Penguji III


Mastura, MEI
NIDN. 2013078701

Penguji IV


Tajul Ula, M.Si
NIP. 19931208 202012 1 015

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Langsa



Dr. Muhammad Amin, S.TH., MA
NIP. 19820205 200710 1001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Aisyah Putri
Nim : 4012017103
Tempat/Tgl. Lahir : Langsa, 23 Juni 1998
Jurusan/Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas/Program : Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat : Jln. A. Yani, Dusun Pusara, Desa Birem Puntong, Kec.
Langsa Baro, Kota Langsa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul *“Pengaruh Fasilitas E-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Aceh Kota Langsa”* benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Langsa, 10 Juni 2023

Yang Menyatakan



Aisyah Putri

Nim: 4012017103

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh fasilitas *e-banking* Bank Aceh terhadap loyalitas nasabah, pengaruh fasilitas *e-banking* Bank Aceh terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh fasilitas *e-banking* Bank Aceh terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Aceh Kantor Cabang Kota Langsa yang berjumlah 4.129 nasabah. Sedangkan jumlah sampel pada penelitian ini adalah 98 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif statistik kuantitatif, analisis jalur, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas *e-banking* secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung. Fasilitas *e-banking* secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah secara langsung. Kepuasan nasabah secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung dan kepuasan nasabah secara signifikan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.

Kata Kunci: *Fasilitas E-Banking, Loyalitas Nasabah, Kepuasan dan Bank Aceh*

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Bank Aceh e-banking facilities on customer loyalty, the effect of Bank Aceh e-banking facilities on customer satisfaction, the effect of customer satisfaction on customer loyalty and the influence of Bank Aceh e-banking facilities on loyalty through customer satisfaction. This type of research is descriptive quantitative. The population of this study were all customers of Bank Aceh Branch Office of Langsa City, totaling 4,129 customers. While the number of samples in this study were 98 people. The data collection technique used was a questionnaire. Data analysis techniques in this study include quantitative statistical descriptive analysis, path analysis, classical assumption test and hypothesis testing. The results of the research show that e-banking facilities significantly affect customer loyalty directly. E-banking facilities significantly affect customer satisfaction directly. Customer satisfaction has a significant direct effect on customer loyalty and customer satisfaction has a significant indirect effect on customer loyalty through customer satisfaction.

Keywords: E-Banking Facilities, Customer Loyalty, Satisfaction and Bank Aceh

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat berangkaikan salam kita hadiahkan kepada baginda Rasulullah SAW, semoga penulis serta pembaca selalu berada dalam naungan syafaatnya hingga akhir zaman nanti. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Langsa dengan judul skripsi ***“Pengaruh Fasilitas E-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Aceh Kota Langsa”***.

Dalam proses penulisan skripsi ini sampai dengan terselesaikannya, tentunya banyak sekali pihak yang berkontribusi di dalamnya. Maka dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak diantaranya:

1. Allah SWT Yang Maha Esa yang selalu memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Untuk kedua Orangtua saya tercinta Ayahanda Kamaluddin (alm) dan Ibunda Herlinawati (almh) yang telah mendidik penulis menjadi anak yang kuat dan yang tidak henti-hentinya selalu memberikan do'a dan memberikan support kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. H. Basri Ibrahim, MA., selaku Rektor IAIN Langsa.
4. Bapak Prof. Dr. Iskandar Budiman, MCL., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
5. Bapak Dr. Syamsul Rizal, S.H.I M.SI., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah sekaligus dosen pembimbing pertama dalam penulisan skripsi ini.
6. Ibu Zikriatul Ulya, S.E, M.Si., selaku dosen pembimbing kedua dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh dosen dan segenap staf IAIN Langsa.
8. Untuk adik-adikku tersayang Fadia Azzuhra, Muhammad Alfaris Shiddiq dan Gisyra Aura Ramadhan yang telah memberikan kekuatan dan semangatnya untuk penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Untuk keluarga besar Maimun Family yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa-doa yang terbaik kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
10. Untuk sahabat saya Cut Nyak Dhin, Amd.Keb, Ramadhania Annisa, S.Psi dan Andri Murdana yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulisan skripsi ini. Penulis telah berusaha dengan sebaik mungkin dengan kemampuan yang ada dalam menyelesaikan skripsi ini untuk mendapatkan hasil yang sebaik-baiknya. Namun penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis sangat menghargai segala kritik dan saran yang membangun.

Semoga kebaikan kalian semua dibalas oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan wacana bagi semua pihak yang membutuhkan.

Langsa, 10 Juni 2023

Peneliti

Aisyah Putri

Nim:4012017103

DAFTAR ISI

Halaman	
LEMBAR JUDUL	i
PESETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
1.4 Penjelasan Istilah.....	11
1.5 Sistematika Pembahasan	12
BAB II KAJIAN TEORI	14
2.1 Bank Syariah	14
2.2 Fasilitas <i>Electronic Banking (E-Banking)</i>	16
2.2.1 Pengertian Fasilitas <i>Electronic Banking (E-Banking)</i>	16
2.2.2 Indikator Fasilitas <i>Electronic Banking (E-Banking)</i>	18
2.2.3 Jenis-Jenis <i>Electronic Banking (E-Banking)</i>	19
2.2.4 Faktor yang mempengaruhi <i>Electronic Banking</i>	21
2.3 Kepuasan	24
2.3.1 Pengertian Kepuasan	24
2.3.2 Indikator Kepuasan	26
2.3.3 Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah	26
2.3.4 Jenis-Jenis Kepuasan Nasabah	27
2.3.5 Ciri-Ciri Kepuasan Nasabah	29
2.4 Loyalitas	30
2.4.1 Pengertian Loyalitas	30
2.4.2 Indikator Loyalitas Nasabah.....	31
2.4.3 Jenis-Jenis Loyalitas Nasabah.....	31
2.4.4 Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah	32
2.5 Nasabah	34
2.6 Penelitian Terdahulu	35
2.7 Kerangka Teoritis	36
2.8 Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis dan Sifat penelitian.....	38

3.2 Lokasi dan Waktu penelitian.....	39
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5 Sumber Data.....	42
3.6 Identifikasi dan Definisi Operasionalisasi Variabel.....	42
3.7 Pengujian Instrumen Penelitian.....	44
3.8 Teknik Analisis Data.....	46
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	51
3.10 Koefisien Determinasi (R^2).....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian	55
4.2 Pembahasan.....	86
BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Kuesioner	42
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	44
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Analisis Statistik Deskriptif pada Kategori.....	49
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.3 Penjelasan Responden atas Vraiabel Fasilitas E-Banking	62
Tabel 4.4 Penjelasan Responden atas Vraiabel Kepuasan Nasabah (Z)	63
Tabel 4.5 Penjelasan Responden atas Vraiabel Loyalitas Nasabah (Y).....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Substruktur I	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktur I	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Autokorelasi Substruktur I	73
Tabel 4.11 Durbin Watson Test Bound Substruktur I.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Linearitas Substruktur I	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktur I.....	76
Tabel 4.14 Hasil Uji Uji Determinasi R2 Substruktural I.....	76
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Substruktur II.....	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas Substruktur II.....	80
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi Substruktur II	80
Tabel 4.18 Durbin Watson Test Bound Substruktur II	81
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas Substruktur II.....	81
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktur II	82
Tabel 4.21 Hasil Uji Uji Determinasi R2 Substruktural II	82
Tabel 4.22 Uji Analisis Jalur Variabel X terhadap Z.....	83
Tabel 4.23 Uji Analisis Jalur Variabel Z terhadap Y.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis	36
Gambar 3.1 Bagan Struktur Diagram Jalur.....	48
Gambar 4.1 Uji Normal P-Plot Substruktur I.....	70
Gambar 4.2 Grafik Histogram Substruktur I	71
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktur I	72
Gambar 4.4 Uji Normal P-Plot Substruktur II	78
Gambar 4.5 Grafik Histogram Substruktur II	78
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktur II	79
Gambar 4.7 Bagan Struktur Diagram Jalur.....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	96
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	99
Lampiran 3 Hasil Hitung SPSS.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi tidak ubahnya sama seperti perusahaan lainnya yaitu tujuannya mencari keuntungan. Dalam perjalanan perbankan saat ini, bank sudah berkembang dan dapat dibagi menjadi 2 golongan besar yaitu Bank konvensional dan Bank syariah. Keberadaan bank harus bermanfaat dan harus dapat dirasakan langsung oleh siapa saja baik oleh debitur, pelaku bisnis dan karyawan.¹

Teknologi informasi mengalami kemajuan yang pesat seiring dengan kemajuan dan perkembangan zaman. Kemajuan teknologi mempunyai efek yang sifatnya *multiplier* (pengganda), yang artinya kemajuan teknologi menyebabkan kemajuan dibidang lainnya, salah satu bidang tersebut adalah sistem pembayaran. Kemajuan teknologi dibidang komunikasi, terutama internet dan handphone sangat berpengaruh terhadap perkembangan sistem pembayaran.²

Belakangan ini peran teknologi tidak hanya sebagai faktor pendukung, namun berkembang pesat menjadi aspek penentu bagi kemajuan dunia perbankan yang kompetitif. Bank yang tidak mengedepankan teknologi dalam pelayanannya cenderung sulit untuk maju dan berkembang. Kengunggulan teknologi yang diterapkan bahkan dapat membangun kepercayaan publik.³

¹Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hal. 1.

²Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2011), hal. 346

³Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), hal. 324.

Menyadari semakin ketatnya persaingan yang terjadi di dunia perbankan ini, kualitas pelayanan perbankan semakin meningkat dan persaingan pada jasa perbankan semakin kompleks setelah keluarnya penjaminan terbatas (dana nasabah) yang dilakukan Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Sementara dari sisi produk, banyak bank menawarkan produk yang hampir sama. Salah satu hal yang bisa membedakan bank dengan yang lainnya adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan merupakan faktor utama yang mampu menentukan kelangsungan kegiatan perbankan, termasuk dalam menarik minat nasabah. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi dan sistem informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Saat ini harapan-harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya, sehingga bank berlomba-lomba untuk selalu berinovasi dalam memberikan produk layanan jasanya.⁴

Perkembangan dunia perbankan pada saat ini sangatlah pesat. Banyaknya pesaing menyebabkan perusahaan sulit untuk mempertahankan nasabah. Dalam usaha memenangkan persaingan tersebut, maka pemanfaatan teknologi merupakan hal yang wajib dilakukan oleh lembaga perbankan. Peranan teknologi dalam pengembangan dan penyediaan produk baru atau fasilitas jasa perbankan sangatlah signifikan. Untuk mengantisipasi persaingan tersebut Bank Aceh Cabang Kota Langsa juga mulai bersaing dan berupaya untuk mengembangkan teknologi *E-*

⁴ Ismail, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Kencana Pranamedia Group, 2010), hal. 6

Banking berupa *Sms Banking*, *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan *Automatic Teller Machine (ATM)*.

Dalam upaya meningkatkan layanan konsep dasar teknologi informasi di industri perbankan dan mempermudah akses nasabah atau pelanggannya, perbankan menggunakan dan selalu meng-update teknologi informasi dan komunikasi yang ada. Untuk mencapai prestasi yang semakin meningkat, perbankan membutuhkan peranan teknologi informasi untuk mempercepat pertumbuhannya dari berbagai bidang industri perbankan merupakan perusahaan mengadopsi terbesar teknologi informasi penggunaannya sangat meluas baik untuk efisiensi internal maupun untuk kepentingan nasabah. Teknologi informasi yang menjadi penunjang maju dan berkembangnya pelayanan jasa perbankan seperti fasilitas teknologi *Electronic Banking* atau *E-Banking*.

Fasilitas *E-banking* adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. *E-Banking* juga merupakan upaya dari pihak perbankan untuk mempermudah akses bagi para nasabahnya dalam melakukan transaksi.

Electronic Banking (e-banking) merupakan suatu bentuk inovasi dari layanan bank dengan memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah untuk memudahkan transaksi para nasabahnya tanpa harus ke cabang bank, melainkan cukup dengan

media ponsel yang dapat dilakukan kapan dan dimana saja selama 24 jam.⁵ Transaksi yang bisa dilakukan di antaranya cek saldo, mutasi rekening, transfer, pembayaran, pembelian, dan beberapa transaksi lainnya. Transaksi *E-Banking* dapat dilakukan dimana saja, dibelahan bumi manapun selama ada jaringan layanan data dan dapat berakses. *E-Banking* merupakan salah satu contoh dari teknologi transaksi perbankan yang ditawarkan oleh bank-bank komersial di Indonesia sebagai kepuasan para nasabah dalam melakukan transaksi dengan mudah dan cepat.

E-Banking membuka paradigma baru, struktur baru dan strategi yang baru bagi retail bank, dimana bank menghadapi kesempatan dan tantangan yang baru.⁶ Namun pada kenyataannya layanan produk *E-Banking* yang disediakan oleh bank masih sering eror atau gangguan jaringan. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara pada nasabah Bank Aceh Cabang Kota Langsa yaitu Bapak Buchari yang sering mengalami kesulitan saat ingin bertransaksi menggunakan *E-Banking* dan sistem yang terbilang masih lambat.⁷ Salah satunya aplikasi m-banking (*Action*) pada Bank Aceh yang sering eror setiap awal bulan, bahkan aplikasi tersebut bisa eror atau gangguan selama 2 hari. Peneliti juga melakukan wawancara dengan nasabah lainnya yaitu Ibu Novi, beliau pernah melakukan transaksi penarikan di salah satu ATM Bank Aceh namun uang yang ditarik tidak keluar

⁵ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: Andi, 2011) hal.67

⁶ Wulan Pinontoan, Pengaruh *E-Banking*, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado, *Jurnal EMBA*, Vol.1 No.4 Desember 2013, hal. 193.

⁷ Hasil wawancara peneliti terhadap Bapak Buchari Nasabah Bank Aceh Cabang Kota Langsa, tanggal 21 November 2021.

tetapi saldo di rekening sudah terpotong.⁸

Fasilitas e-banking merupakan sistem yang memungkinkan nasabah bank baik individu ataupun bisnis untuk mengakses rekening, melakukan transaksi bisnis atau mendapatkan informasi produk dan jasa bank melalui jaringan pribadi atau publik, termasuk internet. Adapun keuntungan fasilitas e-banking dapat digunakan kapan saja dan di mana saja dan dapat menjadi solusi murah pengembangan infrastruktur dibandingkan dengan membuka kantor cabang. Hanya dengan menggunakan perintah melalui komputer atau alat komunikasi yang digunakan, dapat langsung melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank atau ke ATM (kecuali untuk ambil uang tunai). Sedangkan tanpa menggunakan fasilitas e-banking nasabah butuh waktu lebih lama untuk mengantri, membutuhkan biaya jasa yang lebih, belum lagi jaringan yang tidak stabil karena banyaknya transaksi dan saat mendesak nasabah tidak dapat dengan mudah untuk memenuhi kebutuhannya.⁹

Fasilitas e-banking juga membuka peluang timbulnya kejahatan cyber. Dibuktikan dari hasil observasi yang peneliti lakukan, saat ini sedang marak terjadinya penipuan online/phising dari akun-akun palsu yang mengatasnamakan Bank Aceh.¹⁰ Masalah keamanan dan kerahasiaan data-data pribadi maupun keuangan dalam penggunaan fasilitas e-banking sering kali dipertanyakan oleh nasabah sebelum mereka memutuskan untuk menggunakan fasilitas tersebut. Fasilitas E-Banking yang mampu meyakinkan nasabahnya akan keamanan dan

⁸ Hasil wawancara peneliti terhadap Ibu Novi nasabah Bank Aceh Cabang Kota Langsa, tanggal 21 November 2021

⁹ Maryanto Supriyono, *Buku Pintar Perbankan*, (Yogyakarta: ANDI, 2011), hal. 70

¹⁰ Hasil observasi pada tanggal 08 Januari 2022

kerahasiaan data-data nasabah akan memperoleh kepercayaan dari nasabah.

Strategi perbankan untuk menarik hati masyarakat pengguna jasa perbankan tersebut salah satunya dengan membuat nasabah mereka loyal. Nasabah yang loyal merupakan asset bagi perbankan karena merupakan senjata utama yang harus dilakukan oleh suatu bank. Mempertahankan loyalitas nasabah cukup menarik perhatian untuk diungkap dan ditelusuri, hal ini dibuktikan dengan banyaknya penelitian mengenai loyalitas nasabah perbankan dan terus mencari cara untuk mendapatkan nasabah yang loyal karena membuat nasabah yang loyal bukanlah hal mudah. Tingkat loyalitas di kalangan nasabah sering menjadi menjadi perhatian khusus bagi industri perbankan dalam menjalankan aktivitas perbankan.

Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan penggunaan ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Banyak nasabah yang kelihatannya loyal ternyata tidak benar-benar loyal. Mereka mungkin setia bertahun-tahun menggunakan jasa suatu perbankan tetapi pada dasarnya mereka memiliki jasa perbankan yang serupa dari bank lain. Oleh karena itu maka perbankan dituntut untuk membangun loyalitas melalui komunikasi di kalangan nasabah.

Loyalitas sebagai bentuk kesetiaan dan perasaan positif nasabah terhadap bank yang ditandai dengan melakukan transaksi secara berulang dan lamanya menggunakan suatu produk dan jasa, menggunakan produk dan jasa lain yang dimiliki bank tersebut, tidak terpengaruh oleh tawaran-tawaran bank lain walaupun

ternyata tawaran dari bank pesaing lebih menarik, serta bersedia mengajak rekannya untuk ikut menggunakan produk jasa perbankan tersebut juga.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah antara lain kepuasan nasabah dan fasilitas electronic banking (e-banking). Hal ini mungkin dapat menciptakan rasa loyal nasabah. Menciptakan rasa loyal oleh nasabah harus dimulai oleh pihak internal, oleh karena itu pihak bank menuntut karyawannya menggunakan produk perbankan dari bank tersebut, menuntut karyawannya untuk loyal dan bertanggung jawab penuh terhadap pekerjaannya untuk terciptanya keberhasilan bank tersebut. Loyalitas yang dimiliki oleh nasabah merupakan keuntungan jangka panjang yang kontinyu.

Nasabah yang loyal atau setia pada suatu Bank akan cenderung menggunakan jasa dari produk-produk yang ditawarkan Bank tersebut lebih banyak dan tidak memilih Bank lain untuk mencoba produk-produk sejenis yang ditawarkan oleh Bank lain. Namun, berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan salah satu *customer service* di Bank Aceh Cabang Kota Langsa, beliau menyatakan bahwa sangat sulit untuk memperoleh nasabah yang memiliki loyalitas kepada Bank. Sebagian besar nasabah Bank Aceh Cabang Kota Langsa juga menjadi nasabah Bank lain. Mereka selalu membandingkan produk-produk yang ditawarkan Bank Aceh dengan produk sejenis yang ditawarkan Bank lain.

Nasabah yang memiliki loyalitas pada suatu Bank, maka sudah pasti nasabah tersebut puas dengan pelayanan yang diberikan Bank tersebut. Namun nyatanya tidak selalu demikian. Banyak nasabah yang loyal pada suatu Bank hanya karena tuntutan dari pekerjaannya saja yang mengharuskan Ia membuka rekening

atau menjadi nasabah dari suatu Bank. Karena gaji yang diperoleh ditransfer melalui Bank tersebut, meskipun sebenarnya Ia tidak puas dengan layanan yang diberikan dari Bank tersebut.

Kemudahan yang diberikan oleh perbankan melalui fasilitas e-banking sehingga nasabah dapat dengan mandiri bertransaksi kapanpun dan dimanapun inilah yang nantinya akan membuat nasabah puas bahkan loyal. Semakin baik fasilitas, kemudahan dan pelayanan fasilitas e-banking maka semakin loyal nasabah terhadap Bank. Namun berdasarkan hasil wawancara peneliti terhadap salah satu nasabah Bank Aceh yaitu kak Rani, beliau menceritakan bahwasanya *m-Banking* yang dimiliki Bank Aceh belum bisa digunakan untuk melakukann pembayaran *ShopeePay* atau *E-Commerce* lainnya.¹¹

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan semakin ketat baik di pasar domestik maupun internasional. Bank yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus mampu memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah dibandingkan dengan kompetitornya. Kepercayaan dan kepuasan nasabah menjadi faktor keberhasilan usaha.¹² Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan nasabah sangat penting bagi perusahaan untuk dikelola dengan baik agar tetap mendapat kepercayaan dan kepuasan dari nasabah. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan produk maupun jasa dari apa yang mereka pikirkan dengan

¹¹ Hasil wawancara peneliti terhadap Kak Rani nasabah Bank Aceh Cabang Kota Langsa, tanggal 20 Januari 2021

¹² Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2012), hal.14.

apa yang mereka harapkan.¹³

Kepuasan nasabah tidak hanya memberikan keuntungan dalam jangka pendek akan tetapi mampu memberikan keuntungan dalam jangka panjang dan memberikan keunggulan daya saing bagi perusahaan penyedia jasa (bank). Apabila nasabah selalu merasa pelayanan yang diberikan oleh bank tidak melebihi harapannya, artinya kecil kemungkinan nasabah beralih ke bank lain. Nasabah akan cenderung menggunakan kembali bank yang mampu memberikan pelayanan yang memuaskan dan biasanya akan mempromosikan pelayanan yang didapatkan kepada calon nasabah lain.

Berdasarkan masalah-masalah di atas maka penulis menarik kesimpulan dari observasi di atas untuk menyusun skripsi yang berjudul ***“Pengaruh fasilitas E-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bank Aceh Kota Langsa”***.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah fasilitas *e-banking* Bank Aceh mempengaruhi loyalitas nasabah?
2. Apakah fasilitas *e-banking* Bank Aceh mempengaruhi kepuasan nasabah?
3. Apakah kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah?

¹³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, 11 ed.* (Jakarta: Indeks, 2005), hal.70

4. Apakah fasilitas *e-banking* Bank Aceh mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan nasabah?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui fasilitas *e-banking* Bank Aceh mempengaruhi loyalitas nasabah.
2. Untuk mengetahui fasilitas *e-banking* Bank Aceh mempengaruhi kepuasan nasabah.
3. Untuk mengetahui kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah.
4. Untuk mengetahui fasilitas *e-banking* Bank Aceh mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan nasabah.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian pada penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Bagi Bank Aceh Kota Langsa sebagai masukan dalam melihat pengaruh fasilitas *e-banking* Bank Aceh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah sehingga Bank Aceh Kota Langsa dapat lebih meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabahnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebagai referensi dalam melakukan penelitian khususnya mengenai pengaruh fasilitas *e-banking* Bank Aceh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.
3. Bagi penulis atau peneliti, penelitian ini sebagai pelaksanaan tugas

akademik yaitu untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan mengaplikasikan ilmu yang telah didapatkan pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa.

1.4 Penjelasan Istilah

Penjelasan Istilah adalah penjabaran masing-masing variabel terhadap indikator-indikator yang membentuknya.¹⁴ Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pengertian masing-masing menurut konteks penelitian ini, maka penjelasan istilah dari variabel-variabel penelitian ini dibatasi sebagai berikut:

1. E-Banking

E-Banking adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet.

¹⁴ Rulam Ahmadi, *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Malang: Universitas Negeri Malang, 2005), hal. 23

2. Kepuasan

Kepuasan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya.

3. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

1.5 Sistematika Pembahasan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, penjelasan istilah serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini membahas tentang kajian teori yang berkaitan dengan pengaruh fasilitas *e-banking* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada Bank Aceh Kota Langsa. Selain itu, pada bab ini juga membahas tentang penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas kerangka pemikiran yang digunakan dalam menyusun metode penelitian dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, data penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup analisis hasil penelitian dari pembahasan yang telah disusun sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran. Kesimpulan dan saran-saran tersebut disusun berdasarkan hasil analisis pada bab IV sebelumnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Bank Aceh

4.1.1.1 Sejarah Bank Aceh

Sejarah Singkat Perusahaan Gagasan untuk mendirikan Bank milik pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakasa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh (sekarang disebut Pemerintah Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam). Setelah mendapat persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) dengan surat keputusan Nomor 7/DPRD/5 tanggal 7 september 1957, beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan, wakil Notaris di Kutaraja, untuk mendirikan suatu Bank dalam bentuk Perseroan Terbatas yang bernama "PT Bank Kesejahteraan Atjeh, NV dengan modal dasar ditetapkan Rp 25.000.000 (laporan tahunan Bank Aceh, 2015). Setelah beberapa kali perubahan Akte, barulah pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari menteri Keuangan dengan Surat Keputusan No. 12096/BUM/II dan Pengesahan Bentuk Hukum dari Menteri Kehakiman dengan surat Keputusan No. J.A.5/22/9 tanggal 18 Maret 1960. Pada saat itu PT Bank Kesejahteraan Atjeh NV dipimpin oleh Teuku Djafar sebagai Direktur dan Komisararis terdiri dari atas Teuku Soelaiman Polem, Abdullah Bin Mohammad Hosein, dan Moehamad Sanusi. Dengan ditetapkannya undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank

Pembangunan Daerah, semua Bank milik pemerintah Daerah yang sudah berdiri sebelumnya, harus menyesuaikan diri dengan Undang-undang tersebut.

Untuk memenuhi ketentuan ini maka pada tahun 1963 Pemerintah Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh membuat peraturan Daerah No. 12 Tahun 1963 sebagai landasan hukum berdirinya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Dalam Perda tersebut ditegaskan bahwa maksud pendirian Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Adalah untuk menyediakan pembiayaan bagi pelaksanaan usaha-usaha pembangunan daerah dalam rangka pembangunan nasional semesta berencana.

Sepuluh tahun kemudian, atau tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Kepala Daerah Istimewa Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 tentang Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT Bank Kesejahteraan Aceh, NV menjadi Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh. Peralihan status, baik bentuk hukum, hak dan kewajiban dan lainnya secara resmi terlaksana pada tanggal 6 Agustus 1973, yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas kepada Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, Pemerintah Daerah telah beberapa kali mengadakan perubahan Peraturan Daerah (Perda), yaitu mulai Perda No. 10 tahun 1974, Perda No. 6 tahun 1978, Perda No. 5 tahun 1982, Perda No. 8 tahun 1988, Perda No. 3 tahun 1993 dan terakhir Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Aceh Nomor : 2 Tahun 1999 tanggal 2 Maret 1999 tentang Perubahan Bentuk Badan Hukum Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh, yang telah disahkan oleh Menteri

Dalam Negeri dengan Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor : 584.21.343 31 Desember 1999.

Perubahan bentuk badan hukum dari Perusahaan Daerah menjadi Perseroan Terbatas dilatarbelakangi keikutsertaan Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh dalam program rekapitulasi, berupa peningkatan permodalan bank yang ditetapkan melalui Keputusan Bersama Menteri Keuangan Republik Indonesia dan Gubernur Bank Indonesia Nomor 53/KMK.017/1999 dan Nomor 31/12/KEP/GBI tanggal 8 februari 1999 tentang pelaksanaan program rekapitulasi Bank Umum, yang ditindaklanjuti dengan penandatanganan Perjanjian Rekapitulasi antara Pemerintah Republik Indonesia, Bank Indonesia, dan PT. Bank BPD Aceh di Jakarta pada tanggal 7 Mei 1999.

Perubahan badan hukum menjadi Perseroan Terbatas ditetapkan dengan Akte Notaris Husni Usman, SH No. 55 tanggal 21 April 1999, bernama PT Bank Pembangunan Daerah Istimewa Aceh disingkat PT Bank BPD Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI dengan Surat Keputusan Nomor C-8260 HT.01.01.TH.99 tanggal 6 Mei 1999. Dalam Akte Pendirian Perseroan ditetapkan modal dasar PT Bank BPD Aceh sebesar Rp 500 miliar (laporan tahunan Bank Aceh, 2015). Berdasarkan Akta Notaris Husni Usman tentang Pernyataan Keputusan Rapat No. 10 Tanggal 15 Desember 2008, notaris di Medan tentang peningkatan modal dasar perseroan, modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp 1.500.000.000.000 dan perubahan nama perseroan menjadi PT. Bank Aceh. Perubahan tersebut telah disahkan oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. AHU-44411.AH.01.02 Tahun

2009 pada tanggal 9 september 2009. Perubahan nama menjadi PT. Bank Aceh telah disahkan oleh Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/61/KEP.GBI/2010 tanggal 29 September 2010.

Sebagai daerah yang memperoleh keistimewaan untuk menerapkan syariat islam dan berpenduduk mayoritas muslim, sudah selayaknya Bank Aceh menjadi pelopor dan kiblat pengembangan keuangan syariah di Indonesia. Hal tersebut mendorong Bank Aceh berupaya memberikan perhatian khusus kepada para nasabah yang ingin menjalankan proses perbankan melalui sistem syariah dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS) dengan mendasarkan pada ijin dari Bank Indonesia No. 6/7/Dpb/BNA tanggal 19 Oktober 2004 mengenai izin Pembukaan Kantor Cabang Syariah Bank dalam aktivitas komersial Bank. Bank mulai melakukan kegiatan operasional baerdasarkan prinsip syariah tersebut pada 5 Novenber 2004. pendirian unit usaha syariah ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk melakukan transaksi dengan pola syariah. Unit Usaha Syariah Bank Aceh menawarkan produk penghimpunan dana, penyaluran dana dan layanan lainnya yang berdasar pada transaksi dan akad syariah.⁸⁰

4.1.1.2 Visi Bank Aceh

“Mewujudkan Bank Aceh menjadi bank yang sehat, tangguh, handal dan terprcaya serta dapat memberikan nilai tambah yang tinggi kepada mitra dan masyarakat”

⁸⁰Sejarah Bank Aceh, https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82 diakses pada 25 November 2022

4.1.1.3 Misi Bank Aceh

Membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui pengembangan dunia usaha dan pemberdayaan ekonomi rakyat, serta memberi nilai tambah kepada pemilik dan kesejahteraan kepada karyawan.

4.1.1.4 Produk dan Layanan Unit Usaha Syariah Bank Aceh

1. Penghimpunan Dana
 - a. Tabungan
 - 1) Tabungan Firdaus iB
 - 2) Tabungan Sahara iB
 - 3) TabunganKu iB
 - b. Giro Wadiah
 - 1) Giro Amanah iB
 - c. Deposito
 - 1) Deposito sejahtera iB
2. Penyaluran Dana
 - 1) Pembiayaan Konsumer iB
 - 1) Pembiayaan Usaha iB
 - 2) Pembiayaan Sewa iB
 - 3) Pembiayaan Qardh Beragun Emas iB
3. Layanan
 - 1) Bank Garansi iB Bank Aceh Syariah

- 2) Dukungan Bank iB Bank Aceh Syariah
- 3) Referensi Bank iB Bank Aceh syariah
- 4) ATM iB Bank Aceh Syariah
- 5) Transfer iB Bank Aceh Syariah
- 6) SMS Banking iB Bank Aceh Syariah
- 7) Pengelolaan Dana Kebajikan⁸¹

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh Kantor Cabang Kota Langsa. Karakteristik responden pada penelitian ini dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin dan umur.

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Perempuan	63	64
Laki-Laki	35	36
Jumlah	98	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa 63 orang atau 64% responden pada penelitian ini adalah perempuan dan 35 orang atau 36% responden pada penelitian ini adalah laki-laki.

⁸¹ Sejarah Bank Aceh, diakses pada https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82

4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner pada nasabah Bank Aceh Kantor Cabang Kota Langsa dapat dikategorikan berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
25 – 35 tahun	49	50
36 – 50 tahun	37	38
≥ 51 tahun	12	12
Jumlah	98	100

Sumber: Hasil Penelitian, 2022 (Data Diolah)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas diketahui bahwa responden yang berusia diantara 25 – 35 tahun berjumlah 49 orang atau 50%. Responden yang berusia diantara 36 – 50 tahun berjumlah 37 orang atau 38% dan responden yang berusia ≥ 51 tahun berjumlah 12 orang atau 12%.

4.1.3 Penjelasan Responden atau Variabel Penelitian

Analisis statistik deskriptif adalah analisis yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran mengenai responden dalam penelitian ini, khususnya untuk mengetahui persepsi umum responden mengenai variabel-variabel yang diteliti. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif, untuk menggambarkan persepsi responden atas item-item pertanyaan yang diajukan. Angka jawaban responden dimulai dari angka 1 hingga 5. Jumlah pertanyaan pada masing-masing variabel adalah 4 pertanyaan untuk variabel fasilitas e-banking, 3

pertanyaan untuk variabel kepuasan nasabah dan 5 pertanyaan untuk variabel loyalitas nasabah.

4.1.3.1 Penjelasan Responden atas Variabel Fasilitas E-Banking (X)

Analisis statistik deskriptif jawaban responden tentang variabel fasilitas e-banking didasarkan pada jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan seperti yang terdapat dalam kuesioner yang disebarakan pada responden. Variabel jawaban responden pada variabel fasilitas e-banking dapat dilihat pada tabel 4.3 di berikut ini:

Tabel 4.3
Penjelasan Responden atas Variabel Fasilitas E-Banking

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS=5		S=4		KS=3		TS =2		STS=1		Total			
		f	Skor	f	Skor	f	Skor	F	Skor	f	Skor	f	Skor		
1.	Fasilitas <i>E-banking</i> Bank Aceh mudah digunakan kapan saja karena beroperasi 24 jam	5	25	36	144	52	156	5	10	0	0	98	335	3,41	Kurang Setuju
2.	Keamanan sistem <i>E-banking</i> sudah terjamin dan dapat dipercaya	19	95	36	144	41	123	2	4	0	0	98	366	3,73	Setuju
3.	<i>E-banking</i> Bank Aceh memiliki tampilan fitur animasi dan gambar yang menarik nasabah, sehingga mudah digunakan	22	110	40	160	33	99	3	6	0	0	98	375	3,82	Setuju
4.	Layanan call center Bank Aceh terhadap keluhan dari nasabah sangat cepat dan tanggap.	14	70	30	120	45	135	8	16	1	1	98	342	3,49	Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Rata-rata skor dilihat dari data interval

STS= 0,00 – 1,80

TS = 1,81-2,60

KS = 2,61-3,40

S=3,41-4,20

SS= 4,21 - 5,00

Penjelasan responden mengenai fasilitas *E-banking* Bank Aceh mudah digunakan kapan saja karena beroperasi 24 jam, mayoritas responden atau 52 orang (53,06%) menyatakan kurang setuju, 36 orang (36,74%) menyatakan setuju, 5 orang (5,1%) menyatakan sangat setuju dan 5 orang (5,1%) menyatakan tidak setuju.

Penjelasan responden mengenai keamanan sistem *E-banking* sudah terjamin dan dapat dipercaya, mayoritas responden atau 41 orang (41,83%) menyatakan kurang setuju, 36 orang (36,74%) menyatakan setuju, 19 orang (19,39%) menyatakan sangat setuju dan 2 orang (2,04%) menyatakan tidak setuju.

Penjelasan responden mengenai *E-banking* Bank Aceh memiliki tampilan fitur animasi dan gambar yang menarik nasabah, sehingga mudah digunakan, mayoritas responden atau 40 orang (40,82%) menyatakan setuju, 33 orang (33,67%) menyatakan kurang setuju, 22 orang (22,45%) menyatakan sangat setuju dan 3 orang (3,06%) menyatakan tidak setuju.

Penjelasan responden mengenai layanan call center Bank Aceh terhadap keluhan dari nasabah sangat cepat dan tanggap, mayoritas responden atau 45 orang (45,92%) menyatakan kurang setuju, 30 orang (30,61%) menyatakan setuju, 14 orang (14,29%) menyatakan sangat setuju, 8 orang (8,16%) menyatakan tidak setuju dan 1 orang (1,02%) menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.4
Penjelasan Responden atas Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS=5		S=4		KS=3		TS =2		STS=1		Total			
		f	Skor	f	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor	F	Skor		
1.	Saya puas dengan keseluruhan layanan e-banking Bank Aceh	54	270	43	172	1	3	0	0	0	0	98	445	4,54	Sangat Setuju

	karena sesuai dengan harapan saya.														
2.	Saya senang bertransaksi melalui e-banking Bank Aceh karena sesuai dengan harapan saya.	45	225	43	172	7	21	3	6	0	0	98	424	4,32	Sangat Setuju
3.	Saya sangat puas dengan fasilitas yang diberikan Bank Aceh	43	215	54	216	1	3	0	0	0	0	98	434	4,49	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Rata-rata skor dilihat dari data interval

STS= 0,00 – 1,80

TS = 1,81-2,60

KS = 2,61-3,40

S=3,41-4,20

SS= 4,21 - 5,00

Penjelasan responden mengenai saya puas dengan keseluruhan layanan e-banking Bank Aceh karena sesuai dengan harapan saya, mayoritas responden atau 54 orang (55,1%) menyatakan sangat setuju, 43 orang (43,88%) menyatakan setuju dan 1 orang (1,02%) menyatakan kurang setuju.

Penjelasan responden mengenai saya senang bertransaksi melalui e-banking Bank Aceh karena sesuai dengan harapan saya, mayoritas responden atau 45 orang (45,92%) menyatakan sangat setuju, 43 orang (43,88%) menyatakan setuju 7 orang (7,14%) menyatakan kurang setuju dan 3 orang (3,06%) menyatakan tidak setuju.

Penjelasan responden mengenai saya sangat puas dengan fasilitas yang diberikan Bank Aceh, mayoritas responden atau 54 orang (55,1%) menyatakan setuju, 43 orang (43,88%) menyatakan sangat setuju dan 1 orang (1,02%) menyatakan kurang setuju.

Tabel 4.5
Penjelasan Responden atas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban												Rata-Rata Skor	Kategori
		SS=5		S=4		KS=3		TS =2		STS=1		Total			
		f	Skor	F	Skor	f	Skor	F	Skor	F	Skor	f	Skor		
1.	Saya selalu setia menggunakan fasilitas e-banking Bank Aceh	50	250	48	192	0	0	0	0	0	0	98	442	4,51	Sangat Setuju

2.	Saya sering mengajak dan merekomendasikan Bank Aceh kepada teman, saudara dan kerabat lainnya.	30	150	44	176	13	39	11	22	0	0	98	387	3,94	Setuju
3.	Bagi saya Bank Aceh adalah Bank yang terbaik, sehingga saya tidak terpengaruh oleh ajakan orang lain untuk menggunakan Bank lainnya.	39	195	55	220	4	12	0	0	0	0	98	427	4,35	Sangat Setuju
4.	Saya selalu menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh	40	200	54	216	1	3	3	6	0	0	98	425	4,33	Sangat Setuju
5.	Saya bersedia untuk memberikan masukan kepada Bank Aceh guna untuk kemajuan Bank Aceh menjadi lebih baik.	43	215	52	208	1	3	2	4	0	0	98	430	4,38	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (Data Diolah)

Rata-rata skor dilihat dari data interval

STS= 0,00 – 1,80

TS = 1,81-2,60

KS = 2,61-3,40

S=3,41-4,20

SS= 4,21 - 5,00

Penjelasan responden mengenai saya selalu setia menggunakan fasilitas e-banking Bank Aceh, mayoritas responden atau 50 orang (51,02%) menyatakan sangat setuju dan 48 orang (48,98%) menyatakan setuju.

Penjelasan responden mengenai saya sering mengajak dan merekomendasikan Bank Aceh kepada teman, saudara dan kerabat lainnya, mayoritas responden atau 44 orang (44,9%) menyatakan setuju, 30 orang (30,61%) menyatakan sangat setuju, 13 orang (13,27%) menyatakan kurang setuju dan 11 orang (11,22%) menyatakan tidak setuju.

Penjelasan responden mengenai bagi saya Bank Aceh adalah Bank yang terbaik, sehingga saya tidak terpengaruh oleh ajakan orang lain untuk menggunakan Bank lainnya, mayoritas responden atau 55 orang (56,12%) menyatakan setuju, 39 orang (39,79%) menyatakan sangat setuju dan 4 orang (4,09%) menyatakan kurang setuju.

Penjelasan responden mengenai saya selalu menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh, mayoritas responden atau 54 orang (55,1%) menyatakan setuju, 40 orang (40,82%) menyatakan sangat setuju, 3 orang (3,06%) menyatakan tidak setuju dan 1 orang (1,02%) menyatakan kurang setuju.

Penjelasan responden mengenai saya bersedia untuk memberikan masukan kepada Bank Aceh guna untuk kemajuan Bank Aceh menjadi lebih baik, mayoritas responden atau 52 orang (53,06%) menyatakan setuju, 43 orang (43,88%) menyatakan sangat setuju, 2 orang (2,04%) menyatakan tidak setuju dan 1 orang (1,02%) menyatakan kurang setuju.

4.1.4 Uji Prasyarat Analisis

4.1.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak valid. Untuk menentukan valid atau tidaknya suatu item, maka apabila perbandingan antara $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05, maka suatu item soal dinyatakan valid. Penelitian ini menggunakan $N = 98$, dimana $98-2 = 96$, sehingga didapat $r_{tabel} = 0,1986$

Untuk mengetahui tingkat validitas dari setiap pertanyaan pada kuesioner, maka dilakukan terlebih dahulu perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS 22,0. Adapun hasil perhitungan uji validitas diperoleh hasil pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Uji Validitas

Pernyataan Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
Fasilitas E-Banking (X)			
Fasilitas <i>E-banking</i> Bank Aceh mudah digunakan kapan saja karena beroperasi 24 jam.	0,586	0,1986	Valid
Keamanan sistem <i>E-banking</i> sudah terjamin dan dapat dipercaya	0,762	0,1986	Valid
<i>E-banking</i> Bank Aceh memiliki tampilan fitur animasi dan gambar yang menarik nasabah, sehingga mudah digunakan	0,657	0,1986	Valid
Layanan call center Bank Aceh terhadap keluhan dari nasabah sangat cepat dan tanggap.	0,738	0,1986	Valid
Pernyataan Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Z)			
Saya puas dengan keseluruhan layanan e-banking Bank Aceh karena sesuai dengan harapan saya.	0,615	0,1986	Valid
Saya senang bertransaksi melalui e-banking Bank Aceh karena sesuai dengan harapan saya.	0,790	0,1986	Valid
Saya sangat puas dengan fasilitas yang diberikan Bank Aceh	0,687	0,1986	Valid
Pernyataan Kuesioner	r hitung	r tabel	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)			
Saya selalu setia menggunakan fasilitas e-banking Bank Aceh	0,443	0,1986	Valid
Saya sering mengajak dan merekomendasikan Bank Aceh kepada teman, saudara dan kerabat lainnya.	0,516	0,1986	Valid
Bagi saya Bank Aceh adalah Bank yang terbaik, sehingga saya tidak terpengaruh oleh ajakan orang lain untuk menggunakan Bank lainnya.	0,604	0,1986	Valid

Saya selalu menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan Bank Aceh	0,637	0,1986	Valid
Saya bersedia untuk memberikan masukan kepada Bank Aceh guna untuk kemajuan Bank Aceh menjadi lebih baik.	0,616	0,1986	Valid

Sumber :Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.6 di atas, diketahui bahwa nilai koefisien korelasi seluruhnya memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($r_{tabel} = 0,1986$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dan pernyataan pada instrumen tentang fasilitas e-banking (X), kepuasan nasabah (Z) dan loyalitas nasabah (Y) dapat dinyatakan valid dan layak sebagai instrumen untuk mengukur penelitian.

4.1.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel/handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan ketentuan jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* = > 0,60, maka suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel. Tabel di bawah ini menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan SPSS versi 21,0.

Tabel 4.7
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Batas Keandalan	Keterangan
Fasilitas <i>E-Banking</i> (X)	0,628	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Z)	0,675	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,722	0,60	Reliabel

Sumber :Output SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa semua item (pertanyaan/soal) yang terdapat dalam kuesioner tentang variabel fasilitas e-

banking (X), kepuasan nasabah (Z) dan loyalitas nasabah (Y) dinyatakan reliabel/handal, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

4.1.5 Hasil Pengujian Model Persamaan Substruktur I

4.1.5.1 Pengujian Asumsi Klasik Model Persamaan Substruktur I

1. Hasil Uji Normalitas Substruktur I

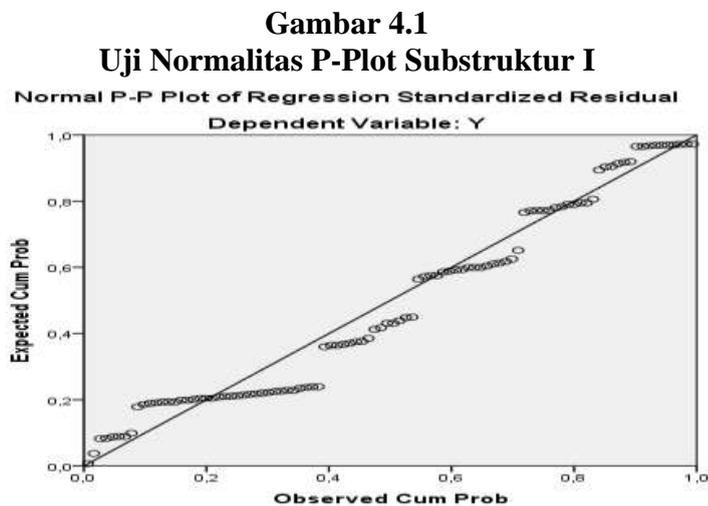
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel independen dan variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Pada prinsipnya normalitas data dapat diketahui dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal pada grafik atau histogram dari residualnya. Dalam penelitian ini dapat juga dilakukan dengan Uji *Kolmogrov-Smirnov Test* metode *normal probability plots*, dan metode histogram yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal/tidak. Pedomannya jika nilai $\text{Sig.} < 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal dan sebaliknya $\text{Sig.} > 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas Substruktur I

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,84821242
Most Extreme Differences	Absolute	,152
	Positive	,152
	Negative	-,093
Test Statistic		,152
Asymp. Sig. (2-tailed)		,220

Sumber :Output SPSS, 2022

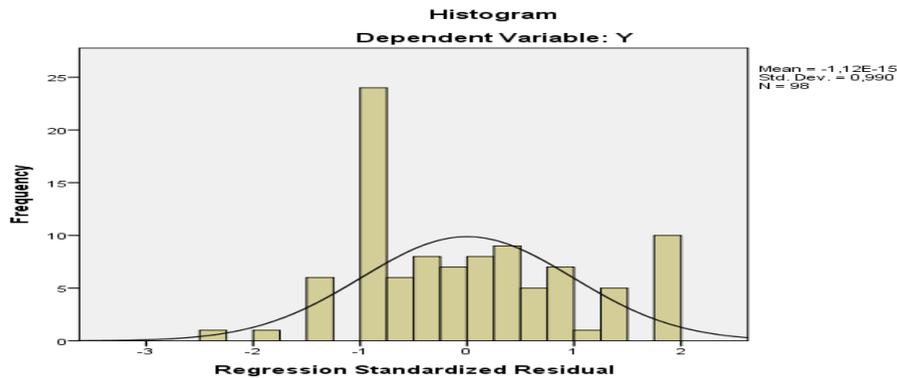
Berdasarkan tabel 4.8 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,220 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-Smirnov* dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau prasyarat normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi. Selain itu, pengujian ini juga dapat dilakukan secara visual dengan menggunakan Normal P-Plot. Dengan ketentuan dalam normal p-plot yaitu suatu variabel dikatakan normal jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.



Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan gambar 4.1. menunjukkan bahwa data dari setiap observasi berada dekat dengan garis linear atau dapat dikatakan bahwa pola dari data mengikuti garis lurus regresi (diagonal). Maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Selain uji *kolmogorov-smirnov* dan uji normal p-plot, dalam pengujian normalitas juga menggunakan metode histogram.

Gambar 4.2
Grafik Histogram Substruktur I

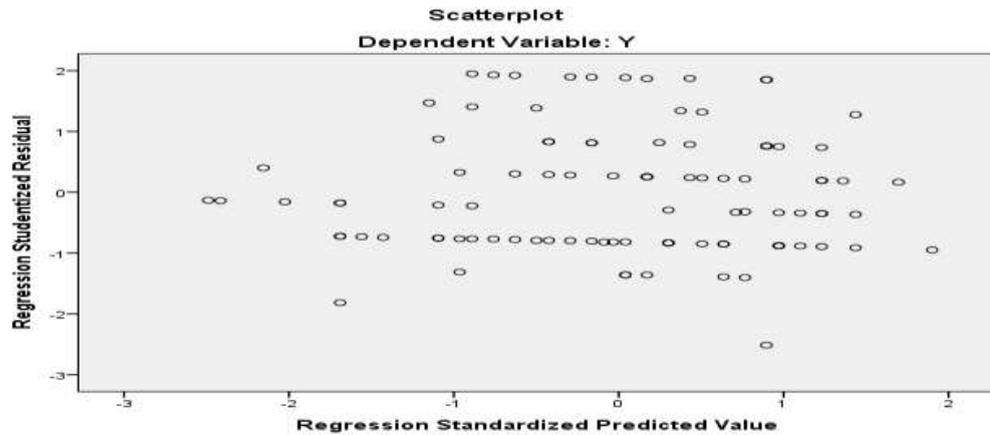


Berdasarkan gambar 4.2 di atas, bentuk histogram memberikan pola yang seimbang/memiliki pola yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak untuk digunakan.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktur I

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Dalam hal ini, model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan menggunakan metode *scatterplot*. Jika titik-titik pada grafik *scatterplot* tidak membentuk suatu pola tertentu, maka asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Berikut adalah hasil dari grafik *scatterplot*.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktur I



Sumber: *Output SPSS, 2022*

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik dari data menyebar di atas, di bawah dan disekitar angka nol (0). Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

3. Hasil Uji Multikolinieritas Substruktur I

Uji ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam penelitian. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai *tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas Substruktur I

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant) fasilitas e-banking (X)	,973	1,113

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel fasilitas e-banking (X) adalah 0,973. Nilai *tolerance* dari variabel fasilitas e-banking (X) lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel fasilitas e-banking (X) adalah 1,113. Karena nilai *tolerance* dari variabel fasilitas e-banking (X) $> 0,10$ dan nilai VIF $< 10,00$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi ini.

4. Hasil Uji Autokorelasi Substruktur I

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu dalam periode ke t dengan kesalahan pada periode ke t (sebelumnya). Adapun hasil uji Autokorelasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi Substruktur I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,894 ^a	,799	,775	1,867	1,925

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Berdasarkan tabel 4.10 di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,925 nilai ini menggunakan taraf signifikansi 5% dengan jumlah sampel 98 (n). Maka tabel Durbin Watson diperoleh nilai sebagai berikut :

Tabel 4.11
Durbin Watson Test Bound

N	Dl	dU
98	1,6296	1,7128

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dL sebesar 1,6296 dan dU sebesar 1,7128, maka jika $dU < \text{nilai Durbin Watson} < (4 - dU)$ $4 - 1,7128 = 2,2872$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif dengan kriteria $dU < d < (4 - dU)$. Maka model regresi pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

5. Hasil Uji Linearitas Substruktur I

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai linear atau tidak. Dengan ketentuan jika koefisien signifikansi $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa garis regresi berbentuk linear.

Tabel 4.12
Hasil Uji Linearitas Substruktur I
Fasilitas E-Banking (X)

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	43,990	10	4,399	1,327	,229
		Linearity	1,149	1	1,149	,346	,558
		Deviation from Linearity	42,842	9	4,760	1,435	,186
Within Groups			288,500	87	3,316		
Total			332,490	97			

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) diperoleh nilai *Deviation from Linearity* variabel fasilitas e-banking sebesar $0,186 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa

terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel fasilitas e-banking (X) dengan variabel loyalitas nasabah (Y).

Kepuasan Nasabah (Z)

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * Z	Between (Combined) Groups	10,511	5	2,102	,601	,700
	Linearity	,000	1	,000	,000	,992
	Deviation from Linearity	10,510	4	2,628	,751	,560
Within Groups		321,979	92	3,500		
Total		332,490	97			

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) diperoleh nilai *Deviation from Linearity* variabel kepuasan nasabah sebesar $0,560 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linier secara signifikan antara variabel kepuasan nasabah (Z) dengan variabel loyalitas nasabah (Y).

6. Hasil Uji Model Analisis Jalur (Path Diagram) Struktural I

Teknik analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat tidak hanya secara langsung. Selain itu analisis jalur sebagai pengembangan dari analisis regresi. Berikut ini tabel hasil perhitungan uji koefisien jalur masing-masing variable:

Tabel 4.13
Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural I

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22,233	1,267		17,545	,000
fasilitas e-banking	,350	,087	,259	2,577	,025

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan analisis jalur untuk persamaan substruktural I dalam penelitian ini adalah

$$Y = 0,350 YX + \epsilon$$

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap Y dapat diketahui pada tabel berikut ini;

Tabel 4.14
Uji Determinasi R2 Substruktural I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,638 ^a	,407	,396	1,858

Sumber: Output SPSS 2022

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya nilai R2 atau R Square adalah 0,407. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau besarnya pengaruh X terhadap Y sebesar 40,7%. Sementara sisanya adalah 59,3% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

4.1.6 Model Persamaan Struktural II

4.1.6.1 Pengujian Asumsi Klasik Substruktur II

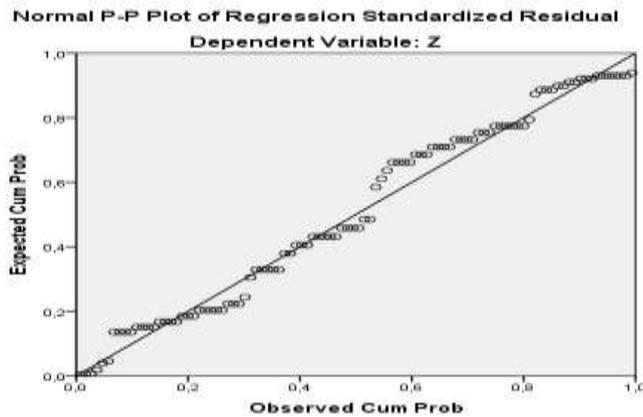
1. Hasil Uji Normalitas Substruktur II

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas Substruktur II

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,25713320
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,074
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,105

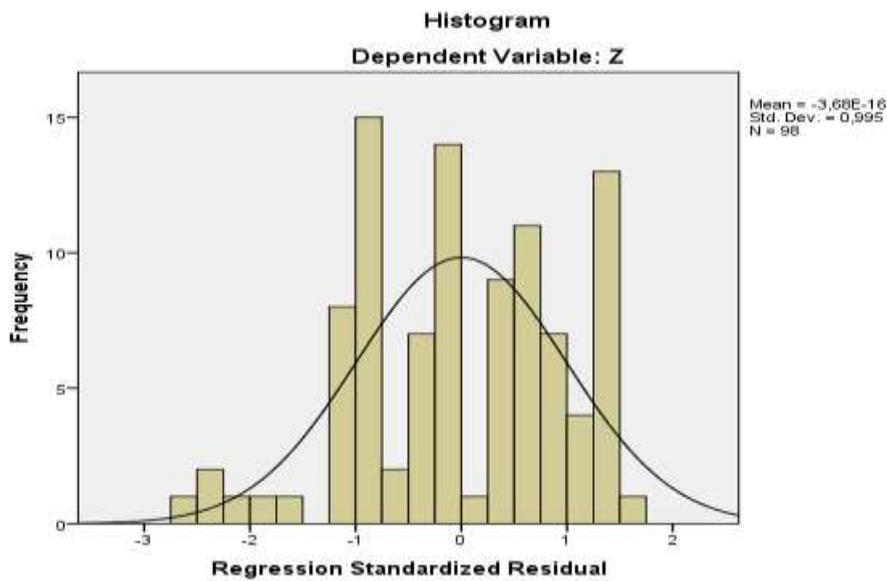
Berdasarkan tabel 4.15 di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.sig (2-tailed) sebesar 0,105 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-Smirnov* dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau prasyarat normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi. Selain itu, pengujian ini juga dapat dilakukan secara visual dengan menggunakan Normal P-Plot. Dengan ketentuan dalam normal p-plot yaitu suatu variabel dikatakan normal jika titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik data searah mengikuti garis diagonal.

Gambar 4.4
Uji Normal P-Plot Substruktur II



Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa data dari setiap observasi berada dekat dengan garis linear atau dapat dikatakan bahwa pola dari data mengikuti garis lurus regresi (diagonal). Maka dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal. Selain uji *kolmogorov-smirnov* dan uji normal p-plot, dalam pengujian normalitas juga menggunakan metode histogram.

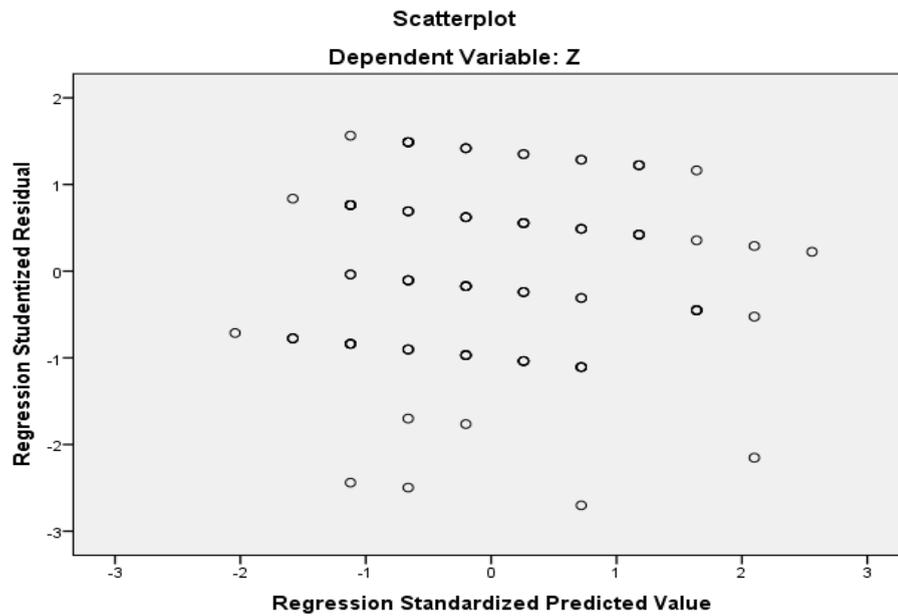
Gambar 4.5
Uji Normalitas Histogram Substruktur II



Berdasarkan gambar 4.5 di atas, bentuk histogram memberikan pola yang seimbang/memiliki pola yang simetris, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Grafik ini menunjukkan bahwa model regresi sesuai dengan asumsi normalitas dan layak untuk digunakan.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktur II

Gambar 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas Substruktur II



Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa titik-titik dari data menyebar di atas, di bawah dan disekitar angka nol (0). Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

3. Hasil Uji Multikolinieritas Substruktur II

Tabel 4.16
Hasil Uji Multikolinieritas Substruktur II

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
fasilitas e-banking (X)	,979	1,022
kepuasan nasabah (Z)	,979	1,022

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *Tolerance* untuk variabel fasilitas e-banking (X) adalah 0,979 dan untuk variabel kepuasan nasabah (Z) adalah 0,979. Nilai *tolerance* dari kedua variabel lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF pada variabel fasilitas e-banking (X) adalah 1,022 dan nilai VIF dari variabel kepuasan nasabah (Z) adalah 1,022. Karena nilai *tolerance* dari kedua variabel penelitian > 0,10 dan nilai VIF dari kedua variabel penelitian < 10,00 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi ini.

4. Hasil Uji Autokorelasi Substruktur II

Tabel 4.17
Hasil Uji Autokorelasi Substruktur II

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,622 ^a	,386	,351	1,264	1,880

Berdasarkan tabel 4.18 di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin Watson sebesar 1,880 nilai ini menggunakan taraf signifikansi 5% dengan jumlah sampel 98 (n). Maka tabel Durbin Watson diperoleh nilai sebagai berikut:

Tabel 4.18
Durbin Watson Test Bound Substruktur II

N	Dl	dU
98	1,6296	1,7128

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa dL sebesar 1,6296 dan dU sebesar 1,7128, maka jika $dU < \text{nilai Durbin Watson} < (4 - dU)$ $4 - 1,7128 = 2,2872$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif dengan kriteria $dU < d < (4 - dU)$. Maka model regresi pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi.

5. Hasil Uji Linieritas Substruktur II

Tabel 4.19
Uji Linearitas Substruktur II

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Z * X	Between Groups	(Combined)	17,421	10	1,742	1,089	,380
		Linearity	3,325	1	3,325	2,078	,153
		Deviation from Linearity	14,096	9	1,566	,979	,463
Within Groups			139,201	87	1,600		
Total			156,622	97			

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) diperoleh nilai *Deviation from Linearity* variabel fasilitas e-banking sebesar $0,463 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel fasilitas e-banking (X) dengan variabel kepuasan nasabah (Z).

6. Hasil Uji Analisis Model Struktural II

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Jalur Substruktural II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	22,061	2,216		9,954	,000
X	,051	,088	,060	2,822	,042
Z	,014	,151	,010	3,095	,024

Sumber: *Output SPSS, 2022*

Berdasarkan tabel di atas, maka persamaan analisis jalur untuk persamaan substruktural II dalam penelitian ini adalah

$$Y = 0,051 YX + 0,014 YZ + \varepsilon$$

Selanjutnya untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X dan Z terhadap Y dapat diketahui pada tabel berikut ini;

Tabel 4.20
Uji Determinasi R2 Substruktural II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,894 ^a	,799	,775	1,867

Sumber: *Output SPSS 2022*

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya nilai R2 atau R Square adalah 0,799. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau besarnya pengaruh X dan Z terhadap Y sebesar 79,9%. Sementara sisanya adalah 20,1% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Tabel 4.21
Uji Analisis Jalur Variabel X terhadap Z

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,025	,862		13,951	,000
	X	,085	,059	,146	2,443	,015

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel X yaitu $0,015 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,443 > t$ tabel $1,984$. Oleh sebab itu dapat dinyatakan bahwa variabel fasilitas e-banking (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z).

Tabel 4.22
Uji Analisis Jalur Variabel Z terhadap Y

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,489	1,980		10,853	,000
	Z	,002	,149	,001	3,011	,032

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari variabel Z yaitu $0,032 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,011 > t$ tabel $1,984$. Oleh sebab itu dapat dinyatakan bahwa variabel kepuasan nasabah (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

4.1.6 Hasil Pengujian Model Struktural

1. Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

Untuk menghitung pengaruh langsung digunakan formula sebagai berikut:

- a. Pengaruh variabel fasilitas e-banking (X) terhadap loyalitas nasabah (Y).

$$X \text{ terhadap } Y = 0,350$$

- b. Pengaruh variabel fasilitas e-banking (X) terhadap kepuasan nasabah (Z).

X terhadap Z = 0,085

- c. Pengaruh variabel kepuasan nasabah (Z) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Z terhadap Y = 0,002

2. Pengaruh tidak langsung (*Indirect Effect*)

Untuk menghitung pengaruh tidak langsung digunakan formula sebagai berikut:

Pengaruh Fasilitas *e-banking* (X) terhadap loyalitas nasabah (Y), melalui kepuasan nasabah (Z)..

X melalui Z terhadap Y = $0,350 \times 0,002 = 0,0007$

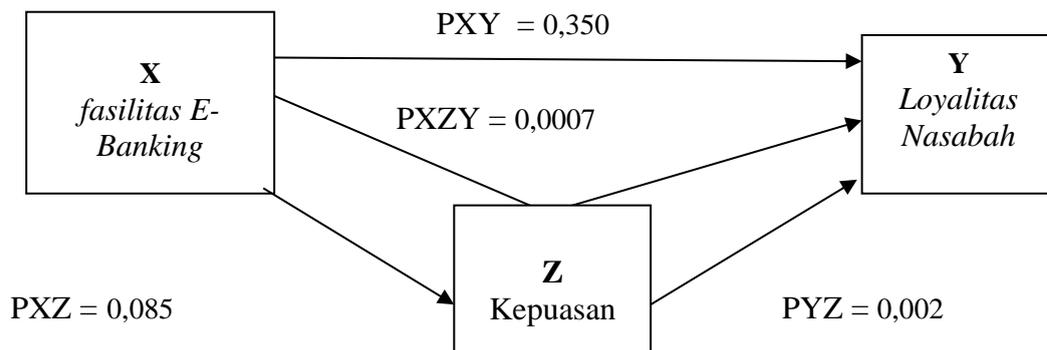
3. Pengaruh Total (*Total Effect*)

Untuk menghitung pengaruh total digunakan formula sebagai berikut:

Total pengaruh fasilitas *e-banking* (X) terhadap loyalitas nasabah (Y), melalui kepuasan nasabah (Z).

X melalui Z terhadap Y = $0,350 + 0,002 = 0,352$

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat digambarkan diagram jalur pada gambar 4.7 sebagai berikut:



Gambar 4.7 Bagan Struktur Diagram Jalur (*Path Diagram*) Penelitian Model Analisis Jalur

Substruktural I:

$$Y = 0,350 YX + \varepsilon$$

Substruktural II:

$$Y = 0,051 YX + 0,014 YZ + \varepsilon$$

Besarnya nilai error pada masing-masing pengaruh variabel independen terhadap dependen didapat melalui perhitungan sebagai berikut:

$$Pe1 = 1 - 0,396 = 0,604$$

$$Pe2 = 1 - 0,775 = 0,225$$

Dalam teori *trimming* pengujian validitas model riset diamati melalui perhitungan koefisien determinasi total sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Rm^2 &= 1 - (0,604^2) (0,225^2) \\ &= 1 - (0,364) (0,050) \\ &= 1 - 0,0182 \\ &= 0,9818 \\ &= 98,18\% \end{aligned}$$

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,9818 menunjukkan bahwa 98,18% informasi yang terkandung dalam data dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya sebesar 1,82% dijelaskan oleh error dan variabel lain di luar model. Angka koefisien pada model ini relatif besar sehingga layak dilakukan interpretasi lebih lanjut. Pada gambar analisis jalur memperlihatkan pengaruh langsung fasilitas *e-banking*, loyalitas nasabah, kepuasan nasabah yang terdiri dari:

1. Fasilitas e-banking terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,350
2. Fasilitas e-banking terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,085
3. Kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,002

Sementara pengaruh tidak langsung melalui fasilitas *e-banking* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebesar = 0,0007

4.2 Pembahasan

1. Pengaruh Fasilitas *e-banking* Bank Aceh secara langsung terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh langsung fasilitas e-banking terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,350. Nilai signifikasni untuk fasilitas e-banking sebesar $0,025 < 0,05$ (tingkat signifikansi) yang menunjukkan hipotesis diterima atau H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi fasilitas e-banking maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah.

E-Banking adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Semakin baik dan lengkap fasilitas pelayanan e-banking yang dimiliki Bank Aceh, maka akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang,

meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Hasil penelitian ini sesuai dan didukung dengan hasil penelitian Dewi Rosa Indah (2016), Ferza Nanda (2020) dan Ayu Ramadhani (2019) yang menyatakan bahwa fasilitas e-banking berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Fasilitas *e-banking* Bank Aceh secara langsung terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh langsung fasilitas e-banking terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 0,085. Nilai signifikasni untuk fasilitas e-banking sebesar $0,015 < 0,05$ (tingkat signifikansi) yang menunjukkan hipotesis diterima atau H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi fasilitas e-banking maka akan semakin tinggi kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah yaitu perasaan senang atau kecewa nasabah yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan dari layanan atau fasilitas yang diberikan pihak Bank. Salah satu fasilitas yang diberikan pihak Bank Aceh kepada nasabah ialah fasilitas e-banking yang diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

Hasil penelitian ini sesuai dan didukung dengan hasil penelitian Ayu Ramadhani (2019) yang menyatakan bahwa fasilitas e-banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kepuasan nasabah secara langsung terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh langsung kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,002. Nilai signifikansi untuk kepuasan nasabah sebesar $0,032 < 0,05$ (tingkat signifikansi) yang menunjukkan hipotesis diterima atau H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah.

Kepuasan nasabah adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan nasabah. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan nasabah, maka nasabah akan merasa puas atau amat gembira. Apabila seorang nasabah merasa puas akan layanan atau fasilitas yang diberikan oleh pihak Bank, maka akan mempengaruhi pada loyalitas nasabah pada Bank tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dan didukung dengan hasil penelitian Wardana dkk (2015) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

4. Pengaruh Fasilitas *E-banking* Bank Aceh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besaran pengaruh tidak langsung fasilitas *e-banking* terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebesar 0,0007 dan nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$ (tingkat signifikansi) yang menunjukkan hipotesis diterima atau H_{04} ditolak dan H_{a4} diterima. Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa semakin tinggi fasilitas *e-banking* yang dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah.

Fasilitas *e-banking* adalah suatu layanan jasa yang disediakan oleh pihak bank untuk mempermudah nasabah dalam bertransaksi di mana saja dan kapan saja melalui jaringan internet. Sedangkan tanpa menggunakan fasilitas *e-banking* nasabah butuh waktu lebih lama untuk mengantri, membutuhkan biaya jasa yang lebih, belum lagi jaringan yang tidak stabil karena banyaknya transaksi dan saat mendesak nasabah tidak dapat dengan mudah untuk memenuhi kebutuhannya. Adanya fasilitas *e-banking* yang diberikan Bank Aceh diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dan akan memperngaruhi loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dan didukung dengan hasil penelitian Wahyu Setiawan (2019) yang menyatakan bahwa fasilitas *e-banking* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian pada penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas e-banking secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung. Hal ini dibuktikan dari nilai sig $0,025 < 0,05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara variabel fasilitas e-banking terhadap loyalitas nasabah adalah signifikan secara statistik. Maka dapat disimpulkan yaitu H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas e-banking secara signifikan mempengaruhi kepuasan nasabah secara langsung. Hal ini dibuktikan dari nilai sig $0,015 < 0,05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara variabel fasilitas e-banking terhadap kepuasan nasabah adalah signifikan secara statistik. Maka dapat disimpulkan yaitu H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah secara langsung. Hal ini dibuktikan dari nilai sig $0,032 < 0,05$ (tingkat signifikansi), yang artinya bahwa pengaruh yang terjadi antara variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah signifikan secara statistik. Maka dapat disimpulkan yaitu H_{03} diterima dan H_{a3} ditolak.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah secara signifikan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar $0,025 < 0,05$ (tingkat signifikansi) sehingga dapat diartikan bahwa fasilitas e-banking Bank Aceh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. Maka dapat disimpulkan yaitu H_{04} diterima dan H_{a4} ditolak.

5.2 Saran

Adapun saran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Aceh Kota Langsa, hasil penelitian ini disarankan dapat menjadi masukan dalam melihat pengaruh fasilitas *e-banking* Bank Aceh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah sehingga Bank Aceh Kota Langsa dapat lebih meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabahnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini disarankan dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitian khususnya mengenai pengaruh fasilitas *e-banking* Bank Aceh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Rulam. 2005. *Memahami Metodologi Penelitian Kualitatif*. Malang: Universitas Negeri Malang.
- Akmaltarigan, Azhari et.al. 2013. *Pedoman Penulisan Proposal dan Skripsi Ekonomi Islam*. Medan:Wal Ashri Publishing.
- Al-Arif, M.Nur Rianto. 2004. *Lembaga Keuangan Syariah Suatu Kajian Teoritis Praktis*. Bandung: Pustaka Setia.
- Amijaya. 2010. *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Resiko dan Fitur Layanan Terhadap Minat Ulang Nasabah Bank dalam Menggunakan Internet Banking*. Semarang: Skripsi tidak diterbitkan.
- Antonio, M. Syafi'i. 2006. *Dasar-Dasar Manajemen Bank Syariah*. Jakarta: Pustaka Alfabeta, Cet ke-4.
- Antasari, Arga Satria. 2013. Pengaruh Penggunaan Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah, *Jurnal Universitas Brawijaya Malang*, No.2, Tahun MMXIII.
- Ardhana, Oldy. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian, suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, Reny Alfiatul. 2015. *Pengaruh Peran Customer Service dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah pada BMT Mentari Ngunut*. Tulungagung: Skripsi diTerbitkan.
- Badan Pusat Statistik Kota Langsa. *Hasil Sensus Penduduk 2020 Kota Langsa*.
- Daradjat, Zakiyah. 2012 *Fasilitas Transportasi Konsumen*. Bandung: CV Alfabeta.
- Dendawijaya, Lukma. 2015. *Manajemen Perbankan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Hurriyati, Ratih. 2014. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ismail. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Kencana Pranamedia Group.
- Jill, Graffin. 2010. *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Translated by Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto. 2007. *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi.
- Juliandi, Azuar dan Irfan. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Bandung: Cita Pustaka Media Perintis.
- Kasmir. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kasmir. 2010. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kadir. 2015. *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Laksana, Giga Bawa. Endang Siti Astuti dan Rizki Yudhi Dewantara. 2015. *Pengaruh Persepsi Kemanfaatan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Resiko dan Persepsi Kesesuaian Terhadap Minat Menggunakan Mobile Banking*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 26 (2).
- Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Meliana, Ayu Azhari. 2017. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Terhadap Pelayanan di Bank Safir Kota Bengkulu*. Bengkulu: IAIN Bengkulu.
- Mulyana, Yusuf Fitra. 2016. *Pengaruh Kepercayaan, Persepsi Risiko, dan Keamanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Online*, Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan.
- Pinontoan, Wulan. 2013. *Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Komunikasi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Cabang Manado*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.4.
- Philip, Kotler. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi ke-13, Jilid 1*, Terjemahan: Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Supriyono, Maryanto. 2011. *Buku Pintar Perbankan*. Yogyakarta: ANDI.

- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suharso dkk. 2017. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Lux*. Semarang: Widya Karya.
- Sjahdeini, Sutan Remy. 2007. *Perbankan Islam*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti. Cet ke-3.
- Shah, Mahmood. 2009. *E-banking Management: In Issue, Sollution and Strategies, by Steve Clarke*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2016. *Manajemen Pemasaran Modren*. Yogyakarta: Liberty.
- S, Wibowo & Supriadi D. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sudjana. 2011. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Soeratno dan Lincolin Arsyed. 2008. *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sandjojo, Nidji. 2011. *Metode Analisis Jalur dan aplikasinya*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Sejarah Bank Aceh, https://www.bankaceh.co.id/?page_id=82
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerepan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang :Bayumedia Publishing.
- Tampubolon, Nelson. Surat Edaran: *Penerapan Manajemen Risiko pada Aktivitas Pelayanan Jasa Bank Melalui Internet (Internet Banking)*, diakses pada Desember 2021. <https://www.regulasip.id/book/12480/read>
- Usman, Rachmadi. 2012. *Aspek Hukum Perbankan Syariah*. Yogyakarta: Fajar Media Pres.

Umar, Husein. 2008. *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo.

Wibowo, Edy dkk. 2005 *Mengapa Memilih Bank Syariah?*. Bogor: Ghalia Indonesia Cet.I.

www.kamusbesarbahasaindonesia.co.id, diakses 04 Maret 2022

Widhiarsa, Okto. 2011. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel*.

Widjoyo, Shandy. 2014. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Yoeti, Oka A. 2010. *Dasar-Dasar Pengertian Hospitaliti dan Pariwisata*, Bandung: Alumni.