LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *ACTION MOBILE BANKING* PADA BANK ACEH DI KOTA LANGSA DALAM PERSPEKTIF *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

SKRIPSI

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

Oleh :

Fepbi Wahyu Syahputri
NIM. 4012021009

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI LANGSA
2025 M/1445 H

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *ACTION MOBILE BANKING* PADA BANK ACEH SYARIAH DI KOTA LANGSA DALAM PERSPEKTIF *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)

FEPBI WAHYU SYAHPUTRI
NIM. 4012021009

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

Langsa 17 Juli 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Safwan kamal, M.E.I	Friska Anggi Siregar, S.H., M.H
NIP. 19900518 202012 1 011	NIP. 19861225 202012 2 014

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Zefri Maulana, M.Si
NIP. 1986100 1201903 1 006

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul **"LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN *ACTION MOBILE BANKING* PADA BANK ACEH DI KOTA LANGSA DALAM PERSPEKTIF *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)"** an. Fepbi Wahyu Syahputri, NIM 4012021009 Program Studi Perbankan Syariah telah dimunaqasyahkan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa pada tanggal 7 Agustus. skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Langsa, 1 September 2025
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Langsa

Ketua/Penguji I

Dr. Safwan Kamal, M.E.I
NIP. 19900518 202012 1 011

Sekretaris/Penguji II

Friska Anggi Siregar, S.H., M.H
NIP. 19861225 202012 2 014

An. Penguji III/Anggota

Ade Fadillah FW Pospos, MA
NIP. 19880407 201903 2 010

Penguji IV/Anggota

Alfian, M.E
NIP. 19920616 202012 1 009

Mengetahui
Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Dr. Muhammad Amin, M.A.
NIP. 19820205 200710 1 001

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	: Fepbi Wahyu Syahputri
Nim	: 4012021009
Tempat/ Tgl. Lahir	: Langsa, 12 Februari 2004
Jurusan/ Prodi	: Perbankan Syariah (PBS)
Fakultas/ Program	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Alamat	: Dusun Bahagia Desa Karang Anyar

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan *Action Mobile Banking* Pada Bank Aceh di Kota Langsa Dalam Perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM)"** benar karya hasil saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya. Demikian surat pernyataan ini saya nuat dengan sesungguhnya.

Langsa, 28 Juni 2025

Yang menyatakan



Fepbi Wahyu Syahputari

NIM. 4012021009

MOTTO

“Aku tidak punya dua sayap untuk terbang, tapi ibu selalu menjadi angin yang kuat, yang mendorongku terbang lebih tinggi daripada yang pernah aku bayangkan”
(Penulis)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"
(QS. Al-Baqarah: 286)

"Dan sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan"
(QS. Al-Insyirah: 6)

Skripsi ini saya persembahkan untuk Orang Tua, Saudara, serta para Sahabat.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat, kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan Action Mobile Banking (AMB) pada Bank Aceh Syariah di Kota Langsa. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna aktif AMB. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas), serta regresi linier berganda. Hasil uji validitas menunjukkan semua item pertanyaan valid (r hitung > 0,1966), dan reliabilitas dinyatakan kuat dengan nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Uji regresi menunjukkan bahwa persepsi manfaat (X1) dan kepuasan pengguna (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dengan nilai signifikansi masing-masing 0,011 dan 0,000 (< 0,05). Sedangkan kemudahan penggunaan (X2) tidak berpengaruh signifikan (sig. 0,230 > 0,05). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,711 menunjukkan bahwa 71,1% variasi loyalitas dijelaskan oleh ketiga variabel bebas. Hasil ini menyimpulkan bahwa loyalitas nasabah lebih ditentukan oleh persepsi manfaat dan kepuasan, bukan semata-mata karena kemudahan penggunaan aplikasi.

Kata Kunci: Loyalitas Nasabah, Mobile Banking, TAM, Kemudahan, Persepsi Manfaat, Kepuasan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of perceived usefulness, ease of use, and user satisfaction on customer loyalty in using Action Mobile Banking (AMB) at Bank Aceh Syariah in Langsa City. The research method employed is descriptive quantitative, with data collected through questionnaires distributed to 100 respondents who are active AMB users. Data analysis includes validity and reliability tests, classical assumption tests (normality, multicollinearity, autocorrelation, and heteroscedasticity), and multiple linear regression analysis. The validity test results show that all questionnaire items are valid (r count > 0.1966), and the reliability is strong with Cronbach's Alpha > 0.6. Regression analysis reveals that perceived usefulness (X1) and user satisfaction (X3) significantly influence customer loyalty, with significance values of 0.011 and 0.000, respectively (< 0.05). Meanwhile, ease of use (X2) does not have a significant effect (sig. 0.230 > 0.05). The coefficient of determination (R^2) is 0.711, indicating that 71.1% of the variation in customer loyalty is explained by the three independent variables. These results conclude that customer loyalty is more strongly influenced by perceived usefulness and satisfaction, rather than by the ease of use of the application alone.

Keywords: *Customer Loyalty, Mobile Banking, TAM, Perceived Usefulness, Ease of Use, User Satisfaction.*

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahi Robbil' Alamin, segala puji dan syukur hanya milik Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kita semua karena hanya dengan ridho-Nya lah penulis dapat meyelesaikan skripsi yang berjudul **"Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan *Action Mobile Banking* Pada bank Aceh Di Kota Langsa Dalam Perspektif *Technology Acceptance Mod*el (TAM)".** Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi Besar kita Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga tidak luput dari berbagai masalah dan menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan yang diperoleh bukanlah semata-mata hasil usaha penulis sendiri, melainkan berkat bantuan, dorongan, bimbingan dan pengarahan yang tidak ternilai harganya dari pihak lain, yakni ucapan terima kasih yang tak terhitung kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ismail Fahmi Arrauf Nasution, M.A, selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Langsa, yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan studi di universitas ini.
2. Bapak Dr. Muhammad Amin, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam menempuh Pendidikan di kampus tercinta.

3. Bapak Zefri Maulana, S.E., M.Si selaku Kepala Program Studi Perbankan Syariah yang telah memberikan bimbingan akademik dan motivasi selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. Safwan Kamal, MEI selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan sabar dan pengertian.
5. Ibu Friska Anggi Siregar, SH.,MH selaku pembimbing II yang dengan sabar memberikan masukan dan koreksi demi kesempurnaaan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu penguji yang telah memberikan kritik, saran dan masukan yang sangat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen IAIN Langsa, khususnya dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, yang telah memberikan ilmu, dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan, yang menjadi bekal penting dalam penyusunan skripsi ini.
8. Yang paling utama kepada pintu surgaku, ibunda Peni Hariati perempuan luar biasa yang tak hanya melahirkan dan membesarkan, tetapi juga menjadi cahaya disetiap gelap dan kekuatan di setiap jatuh, yang selalu mengusahakan, memberikan doa, dukungan, kasih sayang, dan semangat yang tiada henti kepada penulis. Segala pencapaian yang diraih penulis hingga saat ini tak lepas dari peran dan doa orang tua, yang menjadikan kekuatan utama dalam setiap langkah perjalanan ini.
9. Kepada nenek tercinta, Poniah yang memberikan semangat, dukungan serta doa. Sosok yang diam- diam menyimpan harapan besar, menunggu dengan sabar agar penulis mencapai garis perjuangan ini.

10. Solih Hendrawan, seseorang yang selalu ada untuk penulis, terimakasih telah sabar menemani setiap proses yang penulis lalui selama ini, memberikan dukungan tiada henti baik dari tenaga, waktu maupun materi, memberikan semangat, serta menjadi pendengar yang sabar selama penulisan skripsi berlangsung
11. Teruntuk sahabatku Fitri Anggun Dersila S.Pd, Nur Soraya, dan Wanda Yulia yang Bersama-sama sejak putih biru terimakasih atas segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Teruslah berperoses menjadi yang lebih baik lagi.
12. Teruntuk kawan seperjuangan dan seperboncengan Nazla Safitri, terimakasih telah membersamai dari awal masuk kuliah sampai di titik ini menghadapi riuh nya perkuliahan ini dan memberikan semangat untuk terus pergi ke kampus tercinta.
13. Sahabat serta teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah unit 2 tahun ajaran 2021 yang telah memberikan bantuan dan kebersamaan selama penulis melaksanakan studi di Universitas ini.
14. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis tulis satu persatu yang ikut membantu dan memberikan dukungan serta saran demi selesainya proposal skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak atas bantuan dan amal baiknya yang telah diberikan kepada penulis dalam menyusun proposal skripsi ini sampai selesai, Apabila nantinya terdapat

kekurangan dalam penulisan proposal skripsi akibat dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti. Akhir kata peneliti mohon maaf Wassalam.

Langsa, 28 Juli 2025

Penulis,

Fepbi Wahyu Syahputri

NIM. 4012021009

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN ..... **i**
KATA PENGANTAR ..... **ii**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **iii**
MOTTO ..... **iii**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Identifikasi Masalah 12
1.3 Batasan Masalah 13
1.4 Rumusan Masalah 13
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian 14
1.6 Penjelasan Istilah 15
1.7 Sistematika Pembahasan 17
BAB II LANDASAN TEORI **18**
2.1 Loyalitas Nasabah 18
2.1.1 Pengertian Loyalitas Nasabah 18
2.1.2 Indikator Loyalitas Nasabah 19
2.2 Mobile Banking 20
2.2.1 Kelebihan dan Kekurangan Mobile Banking 21
2.3 Technology Acceptance Model (TAM) 22
2.3.1 Persepsi Manfaat (Perceived Usefulness) 24
2.3.2 Kemudahan Pengguna (Perceived Ease Of Use) 24
2.3.3 Kepuasan Pengguna 25
2.3.4 Indikator Kepuasan Pengguna 26

2.4 Penelitian Terdahulu 27
2.5 Kerangka Teori 38
2.6 Hipotesis Penelitian 38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 40
3.1 Pendekatan Penelitian 40
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 41
3.3 Sumber Data Penelitian 41
3.4 Populasi dan Sampel 42
3.5 Instrumen Pengumpulan Data 44
3.6 Definisi Operasional Variabel 45
3.7 Teknik Analisis Data 47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 54
4.2 Karakteristik Responden 57
4.3 Analisis Data 59
4.4 Uji Asumsi Klasik 61
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda 69
4.6 Uji Hipotesis 70
4.7 Hasil dan Pembahasan 73
BAB V PENUTUP 79
5.1 Kesimpulan 79
5.2 Saran 80
DAFTAR PUSTAKA 81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 27
Tabel 3.1 Operasional Variabel 46
Tabel 3.2 Kriteria Jawaban Responden 48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Penddikan 58
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 58
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas 59
Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas 60
Tabel 4.6 Uji Normalitas Kolmogotov-Smirnov 61
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas 63
Tabel 4.8 Hasil Uji Lineraritas X1 terhadap Y 64
Tabel 4.9 Hasil Uji Lineraritas X2 terhadap Y 65
Tabel 4.10 Hasil Uji Lineraritas X3 terhadap Y 66
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi 68
Tabel 4.12 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 69
Tabel 4.13 Hasil Uji T (Parsial) 71
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultasn) 72
Tabel 4.15 Koefesien Determinan R^2 73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....38
Gambar 4.1 Uji Histogram.....62
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastistas.....67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian 84
Lampiran 2 : Data Responden 88
Lampiran 3 : Hasil Penelitian 105
Lampiran 4 : Dokumentasi 113

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Persaingan bisnis semakin tinggi pada era global saat ini menjadi sebuah fenomena bisnis di lembaga keuangan yang baru. Lembaga keuangan adalah salah satu faktor pendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara, di mana kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat serta jasa-jasa lainnya.[1] Sebagai salah satu cara penghubung antara perusahaan dengan masyarakat dapat disampaikan melalui pelaporan kegiatan dalam hal keuangan yang dapat dijadikan oleh perusahaan sebagai salah satu alat untuk penyampaian informasi kepada pihak yang berkepentingan terutama pihak eksternal perusahaan, karena pihak eksternal inilah pihak yang secara langsung bergantung pada kegiatan tersebut, untuk mengetahui berbagai peristiwa dan perkembangan dari suatu perusahaan.[2]

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, mendorong beberapa sektor perbankan untuk mengikuti langkah teknologi yang semakin canggih. Selain mempengaruhi perkembangan pada era bisnis, teknologi juga dapat mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup manusia. Saat ini teknologi sudah banyak dimanfaatkan sebagai alat aktivitas mereka, khususnya para remaja yang akrab dengan teknologi dan internet. Salah satu contoh yang berkembang akibat penggunaan teknologi dan informasi adalah aktivitas pembayaran secara online.

---

[1] Kasmir, Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2017), hlm. 75

[2] Abdul Nasser Hasibuan, 'Asimetri Informasi Dalam Perbankan Syariah', 1.1 (2015), hlm. 45.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor perbankan, khususnya dalam penyediaan layanan berbasis digital. Salah satu inovasi yang banyak diterapkan adalah layanan mobile banking, yaitu layanan perbankan yang dapat diakses melalui perangkat seluler. Bank Aceh Syariah sebagai lembaga keuangan syariah di Aceh tidak ketinggalan dalam merespons perkembangan ini dengan meluncurkan aplikasi *Action Mobile Banking* guna mempermudah transaksi dan meningkatkan pelayanan kepada nasabah.

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa kegiatan keuangan yang baik memiliki peran penting sebagai saluran komunikasi antara perusahaan dan masyarakat. Hal ini tentunya merupakan alat utama yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi terkait kinerja keuangan dan posisi keuangan kepada pihak eksternal, seperti pemegang saham, investor, analis keuangan, dan publik.[3] Melalui kegiatan keuangan baik dalam bentuk laporan dan sebagainya, perusahaan memberikan transparansi mengenai aspek keuangan mereka, termasuk pendapatan, biaya, laba, serta posisi keuangan secara keseluruhan. Informasi ini menjadi penting bagi pihak eksternal, seperti investor, untuk membuat keputusan investasi dan sebagainya. Selain itu, juga memberikan gambaran mengenai stabilitas dan pertumbuhan perusahaan, memberikan kepercayaan kepada masyarakat terkait kesehatan finansial perusahaan.[4]

---

[3] Abdul Nasser Hasibuan and others, 'Effects of Auditor Quality on Market-Based and Accounting-Based Financial Statement Quality and Its Impacts on Economic Consequences (A Case on Indonesia Capital Market)', hlm. 209.

[4] Abdul Nasser Hasibuan, 'The Role of Company Characteristics in the Quality of Financial Reporting in Indonesian', *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 10.1 (2022), 1 (hlm. 3).

Pada akhir tahun 2012, tercatat ada 2.405.518.376 pengguna internet di seluruh dunia. Dari keseluruhan jumlah tersebut, 1.076.681.059 pengguna diantaranya berasal dari Asia. Indonesia sendiri menempati posisi ke-4 dengan jumlah pengguna internet sekitar 55.214.702 jiwa di kawasan Asia setelah Jepang, India, dan China. Melihat potensi ini, banyak bank di Indonesia yang semakin gencar untuk mempromosikan layanan perbankannya secara *online*, yaitu dengan menggunakan media internet.[5]

Secara umum, *Internet Banking* merupakan bentuk inovasi di bidang teknologi berbasis pada ilmu akuntansi. Dalam ruang lingkup ilmu akuntansi, *Internet Banking* diklasifikasikan sebagai sistem pemrosesan transaksi yang terotomatisasi atau yang sering diidentifikasi sebagai bagian dari sistem informasi akuntansi (SIA). Sistem pemrosesan transaksi berfungsi mengkonversikan berbagai kegiatan ekonomi ke dalam transaksi keuangan, mencatatnya dan melaporkannya kepada pengguna akhir *(end user)* baik kepada pihak internal maupun eksternal. Sistem ini berperan penting dalam mempermudah dan memperlancar proses akuntansi. Hal ini membuat keberadaan *Internet Banking* diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang menerapkannya.

Lembaga keuangan tentunya harus dapat menjangkau seluruh elemen masyarakat salah satu caranya adalah dengan melakukan pemasaran, bank memiliki beberapa sasaran yang hendak dicapai. Artinya, nilai penting pemasaran bank terletak dari tujuan yang ingin dicapai tersebut seperti dalam hal

[5] Andrew Gunawan. Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking. *Jurnal Nominal*. Vol 3, No. 2. 2014

meningkatkan mutu pelayanan dan menyediakan ragam produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah.[6]

Kehadiran teknologi yang terus berkembang tentunya telah memengaruhi cara hidup manusia dan lingkungan. Kemajuan teknologi dapat membuat manusia dapat berinteraksi dengan cepat tanpa harus terkendala oleh jarak dan juga waktu, serta dengan teknologi ini aspek keuangan juga mengalami kemajuan yang sangat pesat termasuk dalam melakukan transaksi keuangan. Dengan perkembangan yang pesat tersebut, negara-negara di seluruh dunia berlomba-lomba menyediakan fasilitas internet di negaranya untuk penggunaan teknologi informasi digital. Senada dengan hal tersebut, Indonesia menempati urutan ke-empat dalam hal penggunaan internet, menurut data yang dimuat di laman Internet *Internet World Statistics*.[7] Perkembangan teknologi di era digital dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian masyarakat teknologi juga dapat menjadi alat strategis untuk meningkatkan efisiensi dan tujuan keuangan serta bermanfaat bagi bidang kemanusiaan.[8]

Keberhasilan implementasi mobile banking sangat ditentukan oleh penerimaan dan loyalitas pengguna terhadap teknologi tersebut. Dalam konteks ini, *Technology Acceptance Model (TAM)* menjadi salah satu teori yang dapat digunakan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan

---

[6] Abdul Nasser Hasibuan, 'Strategi Pemasaran Produk Funding di PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Padangsidimpuan', Imara: *Jurnal Riset Ekonomi Islam*, Vol, 2. No, 1 2018

[7] Internet World Stats, "Top 20 Countries with the Highest Number of Internets Users", https://www.internetworldstats.com, diakses pada 23 Agustus 2021 pukul 02.50 WIB

[8] Utari Evy Cahyani, Dia Purnama Sari, and Ahmad Afandi, 'Determinant of Behavioral Intention to Use Digital Zakat Payment: The Moderating Role of Knowledge of Zakat', Ziswaf: Jurnal Zakat Dan Wakaf, 9.1 (2022), 1 (hlm. 2)

teknologi oleh pengguna. TAM menjelaskan bahwa dua variabel utama yang memengaruhi sikap dan niat perilaku pengguna terhadap teknologi adalah *perceived usefulness* (kemanfaatan yang dirasakan) dan *perceived ease of use* (kemudahan penggunaan). Keduanya diyakini berkontribusi terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan layanan perbankan digital secara berkelanjutan.

Perkembangan sektor perbankan Syariah di Indonesia juga mendapatkan perhatian yang sangat baik. Berdasarkan data tersebut dapat dinyatakan bahwa hingga bulan Februari 2020 pangsa pasar meningkat sebesar 6.74% dengan tingkat pertumbuhan asset sebesar 15.07%. Sementara itu, pertambahan aset perbankan nasional meningkat sebesar 15.34% ditandai dengan kontribusi Bank Umum Syariah sebesar 68.74% serta Unit Usaha Syariah (UUS) sebesar 35.46%.[9]

Salah satu daerah yang telah melakukan kegiatan tersebut adalah Provinsi Aceh. Diketahui bahwa Aceh merupakan provinsi istimewa dimana memiliki kekuatan politik untuk melaksanakan prinsip Syariah di berbagai bidang termasuk industri perbankan yang beroperasi di Aceh. Sebagaimana diketahui, masyarakat Aceh telah terbiasa menggunakan transaksi perbankan di Bank Aceh, namun yang menarik perhatian adalah keturunan aceh yang tinggal di luar daerah aceh salah satunya kota Medan.

Salah satu fitur baru yang ada di *mobile banking* pada Bank Aceh yaitu *Action Mobile* adalah transaksi tarik tunai tanpa kartu *(cardless)*. *Cardless* merupakan transaksi tarik tunai tanpa menggunakan kartu sama sekali, pada saat

[9] Arthesa, Ade, dan Edia Handiman. Bank dan Lembaga Keuangan Bukan Bank. (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.2019),hlm. 56

bertransaksi yang diperlukan nasabah hanya perlu mengingat PIN bahkan bisa menggunakan sidik jari yang lebih personality. Secara teoris *Cardless* masih belum banyak yang menggali, akan tetapi saat ini era *cardless* selangkah melampaui era cashless.

Transaksi cardless yaitu penggunaan pada mesin ATM tanpa harus memasukkan kartu ATM, tetapi dengan menggunakan tombol tertentu untuk memulai transaksi. Tarik tunai tanpa kartu yang dilakukan pada mesin ATM nasabah akan mendapatkan kode penarikan melalui mobile banking. Kode tersebut dapat digunakan untuk mengakses mesin ATM yang akan menampilkan menu transaksi tanpa kartu, selanjutnya nasabah diminta untuk memasukkan nomor handphone yang telah terdaftar pada mobile banking dan kode tarik tunai selanjutnya uang tunai akan keluar jika kode yang dimasukkan sudah benar.

Fitur Cardless juga aman karena dalam proses transaksi menggunakan kode OTP yang secara langsung dikirmkan ke nomor *handphone* yang sudah terdaftar dan terkoneksi dengan layanan *Action Mobile* Bank Aceh. Kode OTP yang di terima oleh nasabah bersifat rahasia serta hanya berlaku selama 2 jam setelah mendapatkan kode tersebut dari *Action Mobile* Bank Aceh.

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang sering dianggap sangat berpengaruh dan umumnya dapat digunakan untuk menjelaskan tentang penerimaan individual terhadap penggunaan sistem *informasi technology acceptance* model (TAM) yang merupakan salah satu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (user).

Namun, meskipun *Action Mobile Banking* telah diperkenalkan dan disosialisasikan secara luas, tingkat penggunaan dan loyalitas nasabah di Kota Langsa belum sepenuhnya optimal. Beberapa nasabah mengaku masih lebih nyaman menggunakan layanan konvensional seperti ATM atau datang langsung ke kantor cabang. Hal ini menunjukkan bahwa belum semua nasabah merasa yakin terhadap kemudahan dan manfaat yang ditawarkan aplikasi tersebut. Selain itu, faktor lain seperti keamanan, kenyamanan, keandalan sistem, serta dukungan layanan pelanggan juga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan digital ini.

Technology Acceptance Model (TAM) yaitu salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana penggunaan suatu teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan penggunaan. Model TAM berasal dari teori psikologis yang dapat menjelaskan prilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada aspek kepercayaan *(belief)*, sikap *(attitude)*, niat *(intention)*, serta hubungan antar prilaku pengguna *(user behavior relationship)*.[10]

Penggunaan teknologi digital dalam layanan perbankan telah menjadi kebutuhan strategis di era industri 4.0, termasuk di sektor perbankan daerah seperti Bank Aceh. Salah satu bentuk inovasi tersebut adalah penerapan *Action Mobile Banking*. Namun demikian, meskipun teknologi ini telah tersedia, belum

[10] Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us, 4(2), 106– 120. https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257

tentu semua nasabah menggunakannya secara berkelanjutan. Tingkat loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan ini masih menjadi pertanyaan penting, terutama ketika dikaji melalui pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).

Model TAM menyoroti bahwa persepsi kegunaan *(perceived usefulness)* dan persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* menjadi faktor utama yang memengaruhi niat dan perilaku seseorang dalam menerima serta terus menggunakan suatu teknologi. Namun, dalam konteks Bank Aceh di Kota Langsa, masih ditemukan nasabah yang mengeluh tentang kompleksitas fitur, kesulitan dalam mengakses layanan tertentu, atau bahkan beralih ke layanan bank lain yang dianggap lebih praktis. Hal ini dapat menjadi indikator lemahnya loyalitas yang didasari oleh persepsi dan pengalaman digital mereka.

Lebih lanjut, loyalitas tidak hanya dipengaruhi oleh persepsi awal saat adopsi teknologi, melainkan juga oleh pengalaman berkelanjutan, kepuasan penggunaan, dan kemauan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, penting untuk menelusuri bagaimana faktor-faktor dalam TAM (seperti kemudahan penggunaan, kegunaan, sikap terhadap penggunaan, dan niat berperilaku) secara bersama-sama membentuk loyalitas nasabah terhadap Action Mobile Banking Bank Aceh.

Penelitian yang dilakukan oleh Umar Mari Adong Harahap, Ropil Pohan, Saidi Ramadan berjudul Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking

Sumut Menggunakan Metode TAM.[11] Hasil penelitian yaitu Informasi responden yang diperoleh dari data yang dikumpulkan menggunakan google formsi meliputi jenis kelamin dan usia. Jenis kelamin responden menunjukkan perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, yaitu perempuan sebanyak 54 orang dengan persentase 54% dan laki-laki sebanyak 46 orang dengan persentase 46%. Data usia responden menunjukkan usia 21 sampai 25 tahun merupakan usia dominan dalam data dengan nilai 62%, di usia 19 sampai 20 tahun 22%, di usia 26 sampai 30 tahun 8%, dan di usia 18 tahun 8%. Responden berusia 18 tahun,26-30 tahun menerima informasi terkait usia paling sedikit dengan persentase 8%.

Penelitian yang dilakukan oleh Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh, Darwanto. Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM).[12] Hasil penelitian yaitu Manfaat berpengaruh positif terhadap penggunaan mobile banking pada generasi milenial. Penelitian ini menemukan bahwa semakin seseorang merasakan manfaat atau kegunaan dari penggunaan mobile banking, maka semakin meningkat penggunaan mobile banking. Manfaat yang dirasakan generasi milenial dari penggunaan mobile banking yaitu dengan menggunakan mobile banking akan meningkatkan kinerja nasabah dalam memanfaatkan layanan perbankan.

Dari hasil observasi langsung peneliti terhadap Solih Hendrawan, seorang pegawai swasta sekaligus nasabah Bank Aceh Syariah, diketahui bahwa ia

---

[11] Umar Mari Adong Harahap, Ropil Pohan, Saidi Ramadan berjudul Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Mobile Banking Sumut Menggunakan Metode TAM. Jurnal Teknologi Sistem Informasi dan Sistem Komputer TGD. Volume 7 ; Nomor 2 2024

[12] Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh, Darwanto. Analisis Penggunaan Mobile Banking pada Generasi Milenial dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol, 5 No, 2

menggunakan aplikasi *Action Mobile Banking* hanya untuk mengecek saldo, karena gaji bulanannya masuk ke rekening tersebut. Ia mengaku tidak tertarik menggunakan fitur-fitur lainnya, seperti pembayaran QRIS atau tarik tunai tanpa kartu *(cardless),* dan menyatakan bahwa jika tidak karena gaji, ia lebih memilih bank syariah lain. Fenomena ini menimbulkan pertanyaan: apakah penggunaan semacam itu dapat dikatakan sebagai loyalitas. Ataukah justru menunjukkan keterpaksaan tanpa komitmen jangka panjang.[13]

Bank Aceh Syariah, sebagai bank daerah yang berbasis prinsip syariah, turut mengembangkan layanan *Action Mobile Banking (AMB)* guna meningkatkan efisiensi layanan dan memberikan kemudahan kepada nasabah. Melalui aplikasi ini, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi seperti cek saldo, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan lainnya tanpa harus datang ke kantor cabang.

Selain itu mendapati bahwa faktor yang mempengaruhi *Technology Acceptance Model* (TAM) diantaranya persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi sebagai salah satu tindakan dalam konteks pengguna teknologi informasi, oleh sebab itu alasan seseorang dalam menentukan manfaat dan kemudahan pengguna dapat menjadikan tindakan orang tersebut mampu menerima penggunaan teknologi informasi.

Selanjutnya berdasarkan hasil observasi dan laporan internal (Data *Customer Relationship Unit*, Bank Aceh Syariah Cabang Langsa, 2024),

[13] Wawancara pribadi dengan Solih Hendrawan, pegawai swasta dan nasabah Bank Aceh Syariah, 27 Desember 2024.

mendapati informasi tingkat penggunaan aktif aplikasi AMB oleh nasabah di Kota Langsa masih tergolong rendah.[14] Dari sekitar 15.000 nasabah yang telah melakukan registrasi mobile banking, hanya sekitar 7.200 nasabah (48%) yang menggunakan aplikasi tersebut secara aktif dalam tiga bulan terakhir. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara jumlah pengguna terdaftar dan pengguna aktif**.** Selain itu, dari survei kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh Bank Aceh Syariah Langsa pada akhir 2023, diketahui bahwa 27% nasabah menyatakan bahwa aplikasi sering mengalami error saat login atau transaksi**,** 32% merasa bingung dengan fitur dan navigasi di aplikasi, Hanya 45% nasabah yang merasa puas terhadap performa AMB secara keseluruhan. Fakta ini mengindikasikan bahwa persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* dan manfaat yang dirasakan *(perceived usefulness)* dari aplikasi tersebut belum optimal. Padahal menurut *Technology Acceptance Model (TAM)* yang dikembangkan oleh Davis (1989), kedua faktor tersebut merupakan determinan utama dalam memengaruhi niat seseorang menggunakan teknologi, yang kemudian berujung pada loyalitas dan penggunaan berkelanjutan.[15]

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih mendalam terhadap penggunaan action mobile pada bank aceh syariah, sehingga peneliti memberikan judul **"Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan *Action Mobile Banking* Pada Bank Aceh Di Kota Langsa Dalam Perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM)".**

[14] Hasil observasi peneliti di Bank Aceh Syariah Cabang Kota Langsa, 15 Desember 2024
[15] *Ibid*

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Masih rendahnya tingkat penggunaan aktif *Action Mobile Banking* (AMB) oleh nasabah Bank Aceh Syariah di Kota Langsa, meskipun jumlah pengguna terdaftar cukup tinggi.

b. Adanya kesenjangan antara harapan nasabah dengan kenyataan pelayanan mobile banking, terutama terkait performa aplikasi, keamanan, dan kemudahan navigasi.

c. Kurangnya persepsi manfaat *(perceived usefulness)* dari aplikasi AMB, sehingga sebagian nasabah belum merasa bahwa layanan ini benar-benar membantu aktivitas keuangan mereka secara signifikan.

d. Persepsi kemudahan penggunaan *(perceived ease of use)* belum terbentuk secara menyeluruh, terlihat dari keluhan terkait kesulitan dalam mengakses dan menggunakan fitur-fitur aplikasi.

e. Kurangnya literasi digital dan pemahaman teknologi pada sebagian nasabah yang menyebabkan mereka enggan beralih dari layanan konvensional ke digital.

f. Loyalitas nasabah terhadap layanan digital belum terbentuk secara kuat, yang terlihat dari perilaku *switching* atau kembali ke layanan manual (ATM atau *teller*), serta minimnya penggunaan fitur-fitur lanjutan dalam aplikasi AMB.

g. Belum diketahui secara pasti sejauh mana model *Technology Acceptance Model (TAM)* dapat menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap penggunaan AMB di lingkungan Bank Aceh Syariah Kota Langsa.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan masalah yang ada, maka perlu adanya pembatasan masalah agar penelitian ini dapat membahas secara tuntas serta mendapatkan sasaran yang diharapkan. Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini lebih fokus untuk mengetahui faktor manfaat aplikasi *action mobile* Bank Aceh Syariah, kemudahan pengguna, dan intensi pengguna dalam mengetahui tingkat loyalitas nasabahterhadap transaksi *cardless* dengan tingkat kepuasan pengguna sebagai variabel moderating.
2. Karakter responden pada penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh Syariah Kota Langsa yang menggunakan aplikasi *mobile banking* dan pernah melakukan transaksi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka permasalahan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah:

a. Bagaimana pengaruh persepsi manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah?
b. Bagaimana pengaruh kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah?

c. Bagaimana pengaruh kepuasan pengguna *Action Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah?

d. Bagaimana persepsi manfaat, kemudahan, kepuasan pengguna berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

a. Untuk mengetahui pengaruh manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah.

b. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah.

c. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pengguna *Action Mobile Banking* terhadap loyalitas nasabah.

d. Untuk mengetahui apakah persepsi manfaat, kemudahan, kepuasan pengguna berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah.

1.5.2 Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis dan akademis, diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan acuan serta dapat digunakan untuk menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman mengenai judul yang diteliti.

b. Manfaat praktis, diharapkan untuk memberikan manfaat dan pengetahuan yang lebih luas terhadap judul penelitian yang telah diteliti khususnya di Bank Aceh Syariah Kota Langsa terhadap pengguna *Action Mobile Banking.*

1.6 Penjelasan Istilah

a. Loyalitas Nasabah

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini diambil tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menerangkan kepada perilaku pembelinya.

Komitmen yang menyertai pembelian berulang tersebut adalah keadaan dimana konsumen tidak mau berpindah walaupun produk maupun jasa tersebut sedang langka dipasaran dan konsumen dengan sukarela merekomendasikan produk maupun jasa tersebut kepada rekan, keluarga atau konsumen yang lain.

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang".[16] Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhahadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.

[16] Tjiptono. Fandy & Diana. Anastasia. Kepuasaan Pelanggan-Konsep, Pengukuran, dan Strategi. (Yogyakarta: Andi,2019), hlm. 27

b. *Mobile Banking*

Mobile banking adalah fasilitas atau layanan perbankan yang memanfaatkan sarana komunikasi bergerak seperti smartphone, dengan menyediakan fasilitas atau layanan untuk bertransaksi melalui aplikasi pada smartphone.[17]

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang diakses langsung menggunakan layanan data atau layanan operator seperti XL, Indosat, Telkomsel, dan operator lainnya yang dapat terhubung ke internet melalui jaringan telepon seluler atau smartphone GSM *(Global for Mobile Communication)* atau CDMA.[18]

c. Bank Aceh Syariah

Fenomena peralihan Bank Umum Konvensional ke Bank Umum Syariah disebut dengan konversi. Konversi merupakan suatu sistem atau instrumen yang mengalami proses perubahan dari suatu sistem ke sistem yang lainya. Bank Aceh Syariah merupakan peralihan bank daerah pertama di Indonesia dari sistem operasional konvensional menjadi bank syariah yang sudah berhasil dikonversi pada tahun 2016. Konversi Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah sejalan dengan penerapan syariat Islam di Provinsi Aceh.[19]

Peralihan Bank Aceh menjadi Bank Aceh Syariah di dukung dengan pelaksanaan peraturan daerah yang mengharuskan bank daerah untuk beroperasi

---

[17] Nurastuti, Wiji. Teknologi Perbankan. Graha Ilmu. (Yogyakarta,2011), hlm. 18

[18] Veithzal, Andrian dan Ferry.Bank and Financial Institution Management. (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2017), hlm. 45

[19] Afrinaldi. Analisa Kinerja Perbankan Syariah Indonesia Ditinjau dari Maqasid Syariah: Pendekatan Syariah Maqasid Index (SMI) dan Profitabilitas Bank Syariah.2013. hlm. 72

menggunakan prinsip syariah sesuai dengan Qanun Aceh Nomor 9 Tahun 2014 tentang pembentukan Bank Aceh Syariah (Bank Aceh, 2018).

1.7 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN menguraikan secara singkat mengenai isi skripsi, yang meliputi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI berisi teori-teori yang diperoleh melalui tinjauan pustaka dari berbagai literatur yang berkaitan dengan penelitian yang telah ditetapkan dan diperoleh melalui penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN menguraikan deskripsi metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN merupakan bab hasil dan pembahasan, melalui bab ini peneliti menjelaskan hasil dan pembahasan yaitu Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan *Action Mobile Banking* Pada Bank Aceh Di Kota Langsa Dalam Perspektif *Technology Acceptance Model (TAM)*.

BAB V PENUTUP merupakan bab penutup menjelaskan dari kesimpulan dan saran pada penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah bahwa Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.[57]

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Peran bank sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Semua sektor usaha sangat membutuhkan bank sebagai mitra dalam mengembangkan usahanya. Oleh sebab itu, bank menempati posisi strategis dalam menyembatani kebutuhan modal kerja dengan investor dan akan membantu perekonomian masyarakat dalam memenuhi modal kerja sehingga terwujudnya kemakmuran dan kesejahteraan di kalangan masyarakat.[58]

Di Indonesia terdapat dua jenis bank, yaitu bank konvensional dan bank syariah. Bank konvensional adalah bank yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran secara umum berdasarkan prosedur dan ketentuan yang telah ditetapkan. Sedangkan bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan

[57] Arif, M. N. R. Al. Lembaga Keuangan Syariah. (Bandung: CV Pustaka Setia.2017), hlm. 52

[58] Ascarya, & Yumanita, D. Gambaran Umum Bank Syariah. (Jakarta: Bank Indonesia.2018), hlm. 120

usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syariah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Salah satu bank yang menganut sistem perbankan syariah adalah PT. Bank Aceh Cabang Langsa yang merupakan Unit Usaha Syariah (UUS) dari PT. Bank Aceh Syariah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang belum terpenuhi dalam jasa-jasa konvensional, khususnya masalah keyakinan yang berdasarkan prinsip syariah.

Saat ini Bank Aceh Syariah Cabang Langsa memiliki beragam produk dan jasa perbankan syariah yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat seperti menghimpun dana maupun penyaluran dana. Salah satu produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah Cabang Langsa adalah produk pembiayaan. Pembiayaan merupakan salah satu fungsi bank, selain berfungsi menghimpun dana dari masyarakat juga sebagai intermediasi keuangan *(financial intermediary function).*

Mobile banking adalah langkah awal evolusi bank menjadi *financial service provider* (FSP). Dalam hal ini, fungsi bank tidak hanya sebagai tempat menyimpan dan menyalurkan uang. Sebagai FSP, bank di masa depan berfungsi mengelola keuangan nasabahnya.[59] Termasuk dalam pembayaran tagihan, sampai merencanakan dana pensiun. Layanan-layanan ini bersifat personal, disesuaikan dengan karakteristik nasabahnya.

[59] Gunawan, A. (2014). Aplikasi Technology Acceptance Model Pada Minat Nasabah Untuk Menggunakan Internet Banking JURNAL NOMINAL VOLUME III NOMOR 2

Mobile banking adalah sebuah fasilitas perbankan melalui komunikasi bergerak seperti handphone dengan penyediaan fasilitas yang hampir sama dengan ATM kecuali mengambil uang cash. *Mobile banking* adalah layanan perbankan melalui saluran via wireless. Mobile banking adalah bagian dari electronic banking yang menggunakan teknologi mobile phone. Ada dua macam bentuk Mobile banking, yaitu SMS-banking yang diakses dengan mengirimkan pesan tertulis dan WAP-banking bentuk mobile internet service yang diakses via GPRS (internet) c*onnection Mobile banking* menjadi pilihan karena mudah digunakan, praktis, lebih aman (berbasis nomor telepon seluler), bersahabat dan nyaman.[60]

TAM *(Technology Acceptance Model)* diadaptasi dari *Theory of Reasoned Action* yang diperkenalkan oleh Ajzen dan Fishbein (1980) dan diusulkan oleh Davis (1989). TAM merupakan salah satu model yang paling sering digunakan dalam penelitian mengenai penerimaan teknologi informasi baru. TAM digunakan untuk memberikan konseptual model beserta landasaran teori untuk menjelaskan dan memprediksi niat perilaku dan praktik perilaku dalam penerimaan dan penggunaan teknologi informasi. TAM mengasumsikan bahwa penerimaan sesseorang atas teknologi informasi dipengaruhi oleh dua variabel utama yaitu *Perceived Usefullness* (Persepsi Kebermanfaatan) dan *Perceived Ease of Use* (Persepsi Kemudahan Penggunaan).[61]

[60] Fatmawati, E. (2015). Technology Acceptance Model (TAM) Untuk Menganalisis Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan. Jurnal Iqra' Volume 09 No.01, Mei 2015.

[61] Hanif Astika Kurniawati, W. A. W., Alfi Arif (2017). Analysis Behavioral Intention to Uses of Mobile Banking Technology Acceptance Model (TAM) Approach Modified. e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2017, Volume IV (1) : 24-29.

Tujuan dari TAM adalah untuk meneruskan pengukuran yang lebih baik dalam memprediksikan dan menjelaskan penggunaan. Fokus penelitian pada konstruk teoritis, Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan, yang diteorikan sebagai faktor fundamental atas penggunaan sistem.

4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Langsa. Peneliti membagikan kuesioner kepada seluruh responden dengan jumlah 50 responden. Dalam penelitian ini, karakteristik responden diidentifikasi berdasarkan beberapa kriteria yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia responden, pekerjaan, alamat serta aplikasi penggunaan mobile banking yang dimiliki. Untuk memperjelas karakteristik responden, maka dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase %
1	20-29	45	56,0
2	30-39	20	12,0
3	40-49	25	26,0
4	50-59	10	6,0
Total		**100**	**100,0**

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan pada Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan usia 20-29 tahun sebanyak 45 orang dengan persentase 56%, responden dengan usia 30-39 tahun sebanyak 20 orang dengan persentase 12%, responden dengan usia 40-49 tahun sebanyak 25 orang dengan persentase 26% dan responden dengan usia 50-59 tahun sebanyak 10 orang dengan persentase 6%.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase %
1	Magister (S2)	10	6,0
2	Sarjana (S1)	20	12,0
3	Diploma (D3)	25	26,0
4	SMA/SMK/SLTA	40	53,0
4	MI	5	3,0
Total		**100**	**100,0**

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan pada Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berdasarkan Pendidikan Magister sebanyak 10 orang dengan persentase 6%, responden Sarjana sebanyak 20 orang dengan persentase 12%, responden dengan Diploma sebanyak 25 orang dengan persentase 26% dan responden dengan MI sebanyak 5 orang dengan persentase 3%, responden SMA/SMK/SLTA sebanyak 40 orang dengan persentase 53%.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentase
Laki-Laki	45	55%
Perempuan	55	45%
Total	**100**	**100%**

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan berjenis kelamin laki-laki sebanyak 45 orang dengan persentase 55% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 55 orang dengan persentase

45%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini adalah responden berjenis kelamin laki-laki.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui bahwa setiap pernyataan yang digunakan kepada responden dinyatakan valid atau tidak. Dengan ketentuan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner valid.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

Variabel	Hasil Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
Persepsi Manfaat (X1)	Pernyataan 1	0,792	0,1966	valid
	Pernyataan 2	0,808	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,863	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,778	0,1966	Valid
Kemudahan Penggunaan (X2)	Pernyataan 1	0,850	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,807	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,827	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,849	0,1966	Valid
Kepuasan Pengunaan (X3)	Pernyataan 1	0.858	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,845	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,892	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,836	0,1966	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Pernyataan 1	0,826	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	0,780	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	0,798	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	0,864	0,1966	Valid

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa semua butir pernyataan diperoleh dengan seluruh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang ditetepkan 0,1966. Dengan demikiandapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan pada instrument variabel Manfaat

Aplikasi(X1), Kemudahan pengguna (X2), Kepuasan Penggunaan (X3) dan Loyalitas Nasabah (Y) dapat dinyatakan layak sebagai instrument untuk mengkur penelitian ini.

4.3.2 Uji Reabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mengukur suatu instrumen dari suatu pernyataan terhadap jawaban dari responden. Jika pengukuran hasil jawaban responden konstiten dan terpercaya maka dikatakan realibel. Koefisien alpha dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Crobach Alpha* > 0,60.72.

Table 4.5

Hasil Uji Reabilitas

Vaiabel	***Cronbach Alpha***	***Cronbach's α > 0,6***	**Ket.**
Manfaat Aplikasi (X1)	0,825	0,6	Reliabel
Kemudahan Penggunaan (X2)	0,853	0,6	Reliabel
Kepuasan Penggunaan (X3)	0,880	0,6	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,834	0,6	Reliabel

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Pada Tabel 4.5 menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas *(Cronbach Alpha)* pada variabel Manfaat Aplikasi (X1) sebesar 0,825 > 0,6 nilai *(Standar Alpha)*, Kemudahan Penggunaan (X2) sebesar 0,853 > 0,6 nilai *(Standar Alpha)*, Kepuasan penggunaan (X3) sebesar 0,880 > 0,6 nilai *(Standar Alpha)*, dan Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,834 > 0,6 nilai *(Standar Alpha)*. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua instrument variabel yang di uji tersebut dinyatakan reliabel atau terpercaya untuk dilanjutkan pengujian selanjutnya.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji sebuah model regresi variabel independent dan dependen memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Dan adapun hasil pengukurannya sebagai berikut:

1. Uji Kolmogorov – Smirnov

Pada analisis Kolmogorov – Smirnov dapat dilihat jika nilai signifikan (sig) lebih besar atau sama dengan 0,5 maka data penelitian berdistribusi normal.

Table 4.6

Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17880325
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.046
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

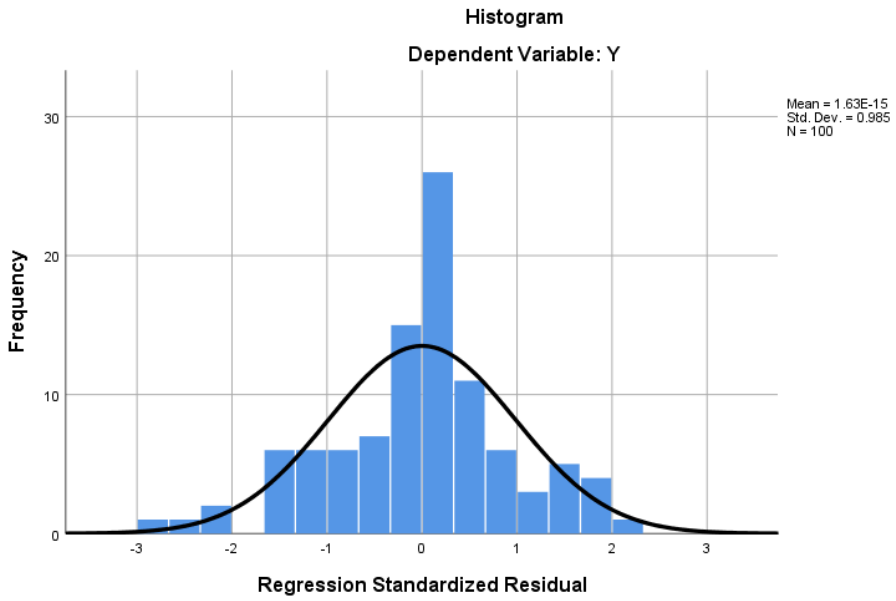
Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan table 4.6 nilai yang diperoleh dari hasil Uji Normalitas Kolmogorov- Smirnov dilihat dari Asym. Sig yang terdapat sebesar 0,200 artinya

lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi uji normalitas.

2. Uji Histogram

Pada analisis grafik histogram data dikatakan berdistribusi normal apabila grafik berbentuk lonceng.



Gambar 4.1
Uji Histogram

Dari grafik uji histogram diatas memberikan pola seimbang dan membentuk seperti lonceng terbalik yang memenuhi garis lonceng yang berarti data dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antar variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Berdasarkan *tolerance* apabila nilai tolerance < 0,1 dikatakan multikolinearitas sedangkan apabila nilai tolerance > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas dan berdasarkan *Variance Inflation Factory* (VIF) jika VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas sedangkan jika VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

Table 4.7

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.837	.983		2.887	.005		
	X1	.232	.089	.231	2.601	.011	.371	2.698
	X2	.113	.093	.122	1.208	.230	.285	3.515
	X3	.498	.081	.561	6.156	.000	.353	2.836

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Pada tabel 4.7 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance dari semua variabel independen lebih besar dari 0,1 yaitu Variabel Manfaat Aplikasi (X_1) senilai 0,371, Kemudahan Penggunaan (X_2) senilai 0,285 dan Kepuasan Penggunaan (X_3) senilai 0,353 maka semua variabel tidak terjadi

multikolinearitas. Dan dapat dilihat berdasarkan *Variance Inflation Factory* (VIF) seluruh variabel independen memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10 yaitu Variabel Manfaat Aplikasi (X_1) senilai 2,698, Kemudahan Penggunaan (X_2) senilai 3,515 dan Kepuasan Penggunaan (X_3) senilai 2,836 maka semua variabel tidak terjadi multikolinearitas. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak memiliki masalah multikolinearitas.

4.4.3 Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan terikat yang dibuktikan linear atau tidak. Apabila nilai *sig.linearity* pada tabel *anova* memiliki nilai < 0,05 maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat, sedangkan jika *sig.linearity* pada tabel *anova* memiliki nilai > 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Table 4.8

Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	268.210	8	33.526	14.231	.000
		Linearity	254.025	1	254.025	107.828	.000
		Deviation from Linearity	14.185	7	2.026	.860	.541
	Within Groups		214.380	91	2.356		
	Total		482.590	99			

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa signifikansi antara variabel manfaat terhadap variabel loyalitas memiliki nilai signifikasi (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah memiliki hubungan yang linear.

Table 4.9

Hasil Uji Linearitas X2 terhadap Y

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	302.512	9	33.612	16.799	.000
		Linearity	267.122	1	267.122	133.504	.000
		Deviation from Linearity	35.390	8	4.424	2.211	.034
	Within Groups		180.078	90	2.001		
	Total		482.590	99			

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa signifikansi antara variabel kemudahan terhadap variabel loyalitas memiliki nilai signifikasi (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan penggunaan terhadap loyalitas nasabah memiliki hubungan yang linear.

Table 4.10

Hasil Uji Linearitas X3 terhadap Y

ANOVA Table

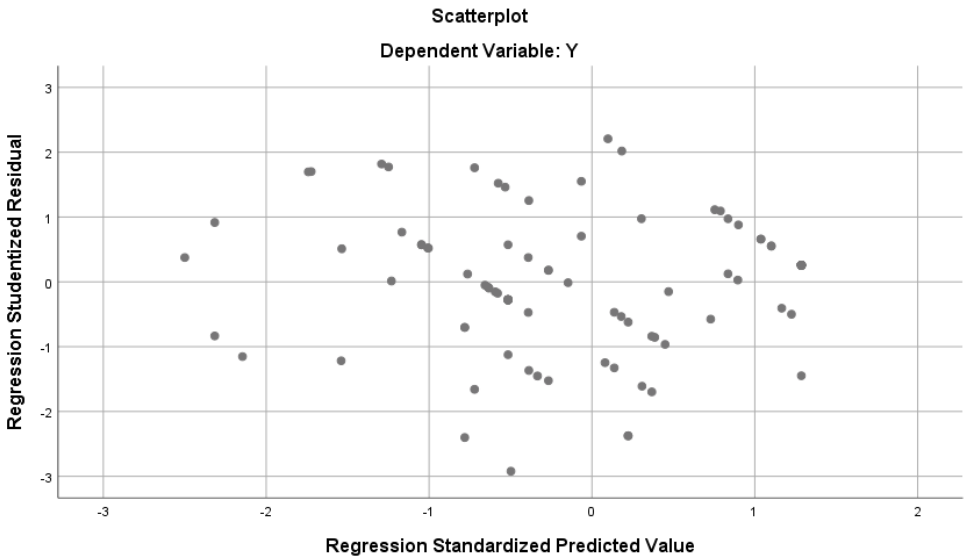
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	(Combined)	352.862	10	35.286	24.208	.000
		Linearity	325.893	1	325.893	223.579	.000
		Deviation from Linearity	26.968	9	2.996	2.056	.042
	Within Groups		129.728	89	1.458		
	Total		482.590	99			

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa signifikasi antara variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas memiliki nilai signifikasi (0,000 < 0,05) maka dapat disimpulkan bahwa kepuasaan penggunaan terhadap loyalitas nasabah memiliki hubungan yang linear.

4.4.4 Uji Heteroskedesitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varians residual dalam model regresi. Jika titik-titik pada grafik scatterplot menyebar secara acak dan merata di atas serta di bawah sumbu 0, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika membentuk pola tertentu, maka terdapat indikasi heteroskedastisitas**.**



Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar hasil Uji Heteroskedastisitas diatas menunjukan bahwa titik-titik pada grafik scatterplot menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

4.4.5 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menjelaskan bahwa persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi, jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut tidak baik atau tidak layak digunakan sebagai prediksi. Keputusan ada atau tidak nya autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Bila nilai DW berada di antara Du sampai dengan 4 – Du maka artinya tidak ada autokorelasi.

2. Bila nilai DW lebih kecil dari pada dL, dan dU artinya ada autokorelasi positif.
3. Bila nilai DW terletak diantara dL, dan dU maka tidak dapat disimpulkan.
4. Bila nilai DW lebih besar dari pada 4 – DL, artinya ada korelasi negatif.
5. Bila nil.ai DW terletak di antara 4 – Du dan 4 – DL, maka tidak dapat disimpulkan.

Dimana:

DW (nilai Durbin- Watson di Statistik) = 2,064

Du (nilai batas atas) = 1,7364 (didapat dari tabel)

DL (nilai batas bawah) = 1,6131 (didapat dari tabel)

Table 4.11

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.848[a]	.719	.711	1.18774	2.068

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Tabel hasil uji autokorelasi di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin - Watson sebesar 2,068 lebih besar dari batas (Du) yaitu, 1,7364 dan kurang dari 4 – 1,7364 (4 – Du) =2,2636. Maka sebagimana dasar pengambilan keputusan dalam uji Durbin – Watson dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi baik positif atau negatif.

4.5 Analis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dan variabel dependen berhubungan positif atau negatif untuk memprediksi nilai dari varibael dependen apabila variabel dependen mengalami kenaikan dan penurunan.

Tabel 4.12

Hasil Uji Analisi Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.837	.983		2.887	.005
	X1	.232	.089	.231	2.601	.011
	X2	.113	.093	.122	1.208	.230
	X3	.498	.081	.561	6.156	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan tabel 4.12 hasil regresi linier berganda diatas dapat disusun persamaan linier berganda sebagai berikut:

Y = 2,837 + 0,232 (X1) + 0,113 (X2) + 0,498 (X3)

Persamaan regresi linier berganda sederhana tersebut dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta positif sebesar 2,837 menyatakan jika variabel independent dianggap konstan.
2. Nilai koefisien regresi Manfaat aplikasi (X1) sebesar 0,232 menunjukkan pengaruh positif artinya variabel Manfaat Aplikasi (X1) meningkat sebesar

satu satuan (persen) maka akan meningkat Loyalitas Nasabah sebesar 0,232 satuan atau 23,2 persen.

3. Nilai koefisien regresi Kemudahan Penggunaa (X2) sebesar 0,113 menunjukkan pengaruh positif artinya variabel Kemudahan Pengguna (X2) meningkat sebesar satu satuan (persen) maka akan meningkat Loyalitas Nasabah sebesar 0,113 satuan atau 11,3 persen.
4. Nilai koefisien regresi Kepuasan Penggunaa (X3) sebesar 0,498 menunjukkan pengaruh positif artinya variabel Kemudahan Pengguna (X3) meningkat sebesar satu satuan (persen) maka akan meningkat Loyalitas Nasabah sebesar 0,498 satuan atau 49,8 persen.

4.6 Uji Hipotesis

4.6.1 Uji T (parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas Manfaat Aplikasi (X1), Kemudahan Pengguna (X2), Kepuasan Pengguna(X), mempengaruhi variabel Loyalitas Nasabah (Y). Untuk melihat apakah variabel bebas mempengaruhi variabel terikat dengan membandingkan t hitung dan t tabel. Jika t hitung > t tabel dan taraf signifikansi < 0,05 maka Ha diterima artinya variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dan sebaliknya. Untuk lebih rinci dan lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji T (parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.837	.983		2.887	.005
	X1	.232	.089	.231	2.601	.011
	X2	.113	.093	.122	1.208	.230
	X3	.498	.081	.561	6.156	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

1. Nilai t hitung variabel Manfaat Aplikasi (X1) sebesar 0,2601 > nilai t tabel yaitu 1,985 dan nilai sig. 0,011 < 0,5, maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya variabel Manfaat Aplikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2. Nilai t hitung variabel Kemudahan Pengguna (X2) sebesar 1,208 < nilai t tabel yaitu 1,985 dan nilai sig. 0,230 > 0,05, maka Ha ditolak dan Ho diterima, artinya variabel Kemudahan Penggunaan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah.
3. Nilai t hitung variabel Kepuasan Pengguna (X3) sebesar 0,6156 > nilai t tabel yaitu 1,985 dan nilai sig. 0,000 < 0,05, maka Ho ditolah dan Ha diterima, artinya variabel Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

4.6.2 Uji F (simultan)

Uji f bertujuan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadapat variabel terikat. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel.

Tabel 4.14

Hasil Uji F (simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	347.160	3	115.720	82.028	.000[b]
	Residual	135.430	96	1.411		
	Total	482.590	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Berdasarkan tabel diatas hasil uji F menunjukkan bahwa Manfaat Aplikasi, kemudahan pengguna dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan F hitung (82,028) > f tabel (2,70), sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Manfaat Aplikasi (X1), Kemudahan Pengguna (X2), dan Kepuasan Pengguna (X3) berpengaruh positif dan sinifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

4.6.3 Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji Koefisien Determinan bertujuan untuk mengetahui rasio perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) jika R^2 semakin besar, maka persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel (X) semakin tinggi.

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinan R^2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.848[a]	.719	.711	1.18774

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Data Diolah Menggunakan Spss Ver.25

Pada tabel diatas menunjukan nilai Adjusted R Square sebesar 0,711 yang artinya pengaruh Manfaat Aplikasi (X1), Kemudahan Pengguna (X2) dan Kepuasan Pengguna (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 71,1 % sedangkan sisanya yaitu 28,9% dijelaskan oleh variabel lain

4.7 Hasil dan Pembahasan

4.7.1 Pengaruh Persepsi Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel persepsi manfaat aplikasi terdapat pengaruh positif dan signifikan nasbaah terhadap menggunakan *action mobile banking* Bank Aceh Syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis deskripsi jawaban responden yang didapatkan melalui hasil analisis statistik yang menunjukkan nilai thitung lebih besar dari t tabel atau 0. 2601 > 1,985 dengan signifikansi 0,011 < 0,05, maka H^0 ditolak dan H^a diterima, yang berarti Manfaat Aplikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menggunakan *mobile banking* bank aceh syariah.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pemanfaatan aplikasi menggunakan *mobile banking* bank aceh syariah terhadap loyalitas nasabah. Dengan adanya pengetahuan yang dimiliki mayarakat memungkinkan mereka lebih mudah mengenali fitur-fitur pembayaran. Dengan demikian masyarakat tidak perlu lagi menggunakan uang tunai, yang juga memudahkan dalam melakukan uang kembalian.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati, Dhalilah Shuba Haq. *Mobile Banking*: Analisa Pengguna Pada Nasabah PT Bank Aceh Syariah Cabang Lhokseumawe: Pendekatan *Technology Accaptance Model* (TAM). Hasil penelitian perhitungan tersebut membuktikan bahwa Ha diterima dan Ho ditolak. Hal ini dapat disimpulkan bahwa Persepsi kemudahan berpengaruh terhadap minat nasabah menggunakan mobile banking.

4.7.2 Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan *Action Mobile Banking* Bank Aceh Syariah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kemudahan pengguna terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam menggunakan action mobile banking bank aceh syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis deskripsi jawaban responden yang didapatkan melalui hasil analisis statistik yang menunjukkan nilai thitung lebih kecil dari ^{t} tabel atau 1,208 < 1,985 dengan signifikansi 0,230 > 0,05, maka H^{0} diterima dan H^{a} ditolak , yang berarti Kemudahan Pengguna (X2) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas menggunakan action mobile banking bank aceh syariah.

Faktor kemudahan merupakan aspek krusial dalam penggunaan digital banking, karena nasabah menginginkan kemudahan saat melakukan transaksi atau menyimpan uang. Namun perlu diingat bahwa kemudahan tidak selalu menjadi faktor yang mendorong lotalitas nasabah dalam menggunakan Action Mobile Banking. Berdasarkan pembagian koesioner, diketahui masih banyak nasabah tidak paham secara pasti terkait akses kemudahan yan ditawarkan saat menggunakan Action Mobile Banking, sehingga tidak memunculkan loyalitas pada nasabah dalam menggunakan Action Mobile Banking.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Fajrul Falah dengan judul skripsi Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Dalam Penggunaan Layanan Digital Banking Terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Purwokerto). Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel kemudahan terhadap Loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena nasabah tidak mengetahui secara pasti terkait kemudahan-kemudahan transaksi menggunakan digital banking.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Desi Lismayanti, dengan judul skripsi Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pengguna Action Mobile Banking Pada Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Blangkejeren. Hasil penelitian ini menatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel kemudahan dengan loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan oleh kesulitan akan jaringan internet, sehingga untuk melakukan transaksi masih sulit. Kemudian untuk daftar registrasi

email pertama menggunakan Action Mobile Banking juga masih sulit, bahkan perlu berulang- ulang kali hingga harus pergi ke bank.

4.7.3 Pengaruh Kepuasan Pengguna Action Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kepuasan pengguna terdapat pengaruh positif dan signifikan dalam menggunakan action mobile banking bank aceh syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis deskripsi jawaban responden yang didapatkan melalui hasil analisis statistik yang menunjukkan nilai thitung lebih besar dari ^{t} tabel atau 0,6156 > 1,985 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, maka H^0 ditolak dan H^a diterima, yang berarti Kepuasan Pengguna (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas menggunakan action mobile banking bank aceh syariah.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah menggunakan action mobile banking bank aceh syariah. Hal ini muncul ketika nasabah telah membandingkan manfaat yang diterima pengguna dan telah memenuhi harapan pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riazul Khairati dengan judul skripsi Analisis Tingkat Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking Bank Aceh Syariah Di Kota Banda Aceh. Hasil penelitian nya menyatakan bahwa kepuasan nasabah dapat diukur dri beberapa fakor yaitu, dari segi kualitas layanan, keamanan dan manfaat yang dirasakan.

4.7.4 Persepsi Manfaat, Kemudahan, Kepuasan Pengguna Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Action Mobile Banking Bank Aceh Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, uji statistik secara simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel yang mana nilai F hitung 82,028 > F tabel 2,70 selanjutnya nilai tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya terdapat pengaruh persepsi manfaat, kemudahan, dan kepuasan pengguna secara simultan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan action mobile bank aceh syariah.

Nilai koefisien determinasi diperolah hasil nilai sebesar 0,711 yang artinya pengaruh Manfaat Aplikasi (X1), Kemudahan Pengguna (X2) dan Kepuasan Pengguna (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 71,1 % sedangkan sisanya yaitu 28,9% dijelaskan oleh factor lain diluar model seperti persepsi keamanan, kepercayaan, kualitas layanan, atau faktor emosional dan sosial lainnya yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Temuan ini menunjukkan bahwa ketiga fakor manfaat aplikasi, kemudahan dalam penggunaannya, dan kepuasan selama menggunakan akan membentuk fondasi penting dalam menciptakan loyalitas digital di kalangan nasabah. Meski secara parsial kemudahan tidak berpengaruh signifikan, namun secara bersama-sama (simultan), keberadaannya tetap memberikan kontribusi terhadap model, terutama dalam menunjang persepsi positif dan meningkatkan kenyamanan bertransaksi. Hasil ini menegaskan bahwa loyalitas terhadap layanan mobile banking tidak hanya bertumpu pada satu aspek, tetapi merupakan hasil

dari pengalaman menyeluruh yang mencakup persepsi kegunaan, rasa nyaman dalam mengakses, dan tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna.

Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Risma Maunazah (2022) yang berjudul *"Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) pada Transaksi Cardless Bank Syariah Indonesia terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Pengguna sebagai Variabel Moderating."* Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa persepsi manfaat dan kepuasan pengguna berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dan meskipun persepsi kemudahan secara parsial tidak berpengaruh, secara simultan ketiganya tetap berkontribusi secara positif terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian Lutfi Rokhiyatul Mu'asiroh dan Darwanto (2021) juga mendukung temuan ini, di mana manfaat dan kepuasan pengguna ditemukan sebagai faktor penting dalam mendorong adopsi dan loyalitas terhadap mobile banking, khususnya di kalangan generasi milenial.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan *Action Mobile Banking* Pada Bank Aceh Di Kota Langsa Dalam Perspektif *Technology Acceptance Model* (TAM)" maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

a. Untuk variabel Persepsi Manfaat (X_1), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dinyatakan variabel ini secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan action mobile banking bank aceh syariah.
b. Untuk variabel Kemudahan Pengguna (X_2), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dinyatakan variabel ini tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan action mobile banking bank aceh syariah.
c. Untuk variabel Kepuasan Pengguna (X_3), berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan maka dinyatakan variabel ini secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan action mobile banking bank aceh syariah.
d. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan untuk variabel Persepsi Manfaat (X1), Kemudahan Pengguna (X2), dan Kepuasan Pengguna (X3) bahwasanya keduanya secara simultan berpengaruh positif terhadap

loyalitas nasabah dalam menggunakan action mobile banking bank aceh syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka peneliti menyarankan beberapa hal sebagai berikut:

a. Mengenai pengetahuan pengguna, sebagian masyarakat masih belum tahu dan memahami mengenai action mobile banking sehingga mereka belum berminat untuk menggunakannya. Oleh karena itu disarankan kepada Bank Aceh Syariah Cabang Langsa untuk lebih gencar dalam melakukan promosi, meningkatkan literasi karena pengetahuan sangat berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan Action Mobile Banking.
b. Mengenai kemudahan, pemerintah dan lembaga keuangan bank perlu terus meningkatkan akses jaringan agar transaksi dapat dilakukan dengan lancar tanpa adanya gangguan layanan, karena kemudahan sangat berpengaruh dan signifikan terhadap penggunaan action mobile banking.