

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Sejarah PT Bank Syariah Indonesia

Industri perbankan yang menjadi objek dalam penelitian ini yaitu PT Bank Syariah Indonesia, Tbk yang secara resmi didirikan pada 01 Februari 2021 atau tepatnya pada 19 Jumaidil Akhir 1442 H. PT Bank Syariah Indonesia merupakan bank hasil dari merger antara PT Bank BRI Syariah, Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Penggabungan ini menyatukan kelebihan dari ketiga bank tersebut sehingga adanya sebuah layanan yang lebih lengkap jangkauan yang didapat tergolong luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Hal itu juga didukung oleh sinergi dengan Perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, BSI didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Keberadaan PT Bank Syariah Indonesia, Tbk juga menjadi cerminan perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam.

Potensi PT Bank Syariah Indonesia, Tbk untuk terus berkembang dan menjadi bagian dari kelompok industri perbankan syariah terkemuka di Tingkat global sangat terbuka. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintah memiliki misi lahirnya ekosistem

industry halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, hal itu juga sekaligus menjadi fakta bahwa Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia.

a. Visi PT Bank Syariah Indonesia. Tbk

Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi PT Bank Syariah Indonesia. Tbk

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai-nilai terbaik bagi para pemegang saham
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

2. Layanan BSI Mobile

Layanan BSI Mobile merupakan layanan aplikasi perbankan 24 jam digital dari Bank Syariah Indonesia yang disediakan bagi nasabah yang mobilitasnya tinggi serta ditujukan untuk tiga aspek fungsionalitas berbeda yaitu fungsionalitas secara finansial, fungsionalitas secara spiritual, dan fungsionalitas secara sosial. Secara finansial, Layanan BSI Mobile menunjang kebutuhan penggunaannya untuk melakukan transaksi keuangan sebagaimana fungsi aplikasi mobile banking pada umumnya. Nasabah bisa melakukan transaksi perbankan melalui ponsel yang terkoneksi jaringan internet. Layanan BSI Mobile memiliki banyak fitur dan memberikan kemudahan, kenyamanan dan keamanan untuk nasabah.

a. Persyaratan Menggunakan BSI Mobile

- 1) Memiliki rekening tabungan yang valid dan masih aktif
- 2) Mengisi formulir registrasi dan Aktivasi BSI Mobile
- 3) Memiliki nomor handphone dan alamat email yang aktif
- 4) Memiliki user ID BSI internet banking aktif

b. Cara Registrasi BSI Mobile

1) Registrasi Secara Individu

Untuk melakukan registrasi BSI Mobile secara individu, setelah mendownload aplikasi BSI Mobile dan telah memiliki rekening yang aktif maka bisa langsung melakukan aktivasi dengan memasukkan nomor handphone yang terdaftar dan nomor aktivasi yang dikirim melalui sms.

2) Registrasi melalui Kantor Cabang

- a) Nasabah mengunjungi kantor cabang Bank Syariah Indonesia terdekat
- b) Mengambil Nomor antrian customer service
- c) Setelah nomor antrian dipanggil, katakan tujuan kedatangan untuk registrasi BSI Mobile
- d) Petugas akan melakukan proses registrasi dan nasabah akan menerima SMS yang berisikan kode aktivasi
- e) Unduh Aplikasi BSI Mobile di perangkat
- f) Buka Aplikasi dan pilih “Sudah memiliki rekening”

- g) Kemudian pilih “Aktivasi”
- h) Masukkan nomor ponsel dan kode aktivasi yang telah dikirimkan pihak BSI.
- i) Buat kata sandi untuk m-banking BSI dan proses aktivasi selesai.

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Uji Analisis Deskriptif

a. Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia di wilayah Martapura yang menggunakan aplikasi BSI Mobile. Berikut ini adalah deskripsi mengenai jumlah data responden penelitian:

1) Data Jumlah Kuesioner yang disebar

Tabel berikut ini menyajikan jumlah kuesioner yang disebar kepada responden.

Tabel 4.1 Data Sampel Penelitian

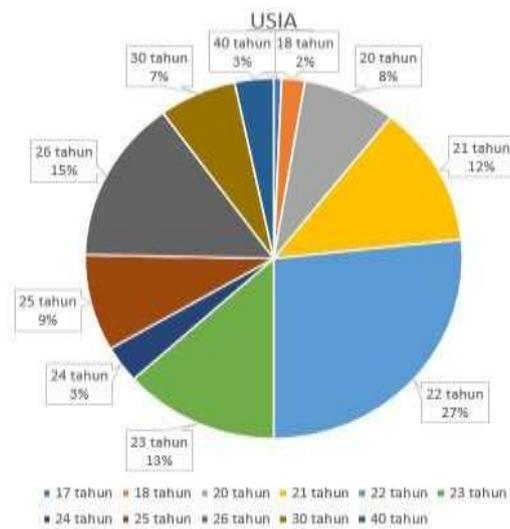
No	Keterangan	Jumlah	Presentase
1	Kuesioner yang disebar	150	100%
2	Kuesioner yang terisi	150	100%
3	Kuesioner yang tidak terisi	0	0

Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

2) Deskripsi Responden berdasarkan Usia

Hasil uji deskripsi berdasarkan usia pada 150 responden, diperoleh hasil yang tersaji pada table berikut

Gambar 4.1 Data Responden berdasarkan Usia

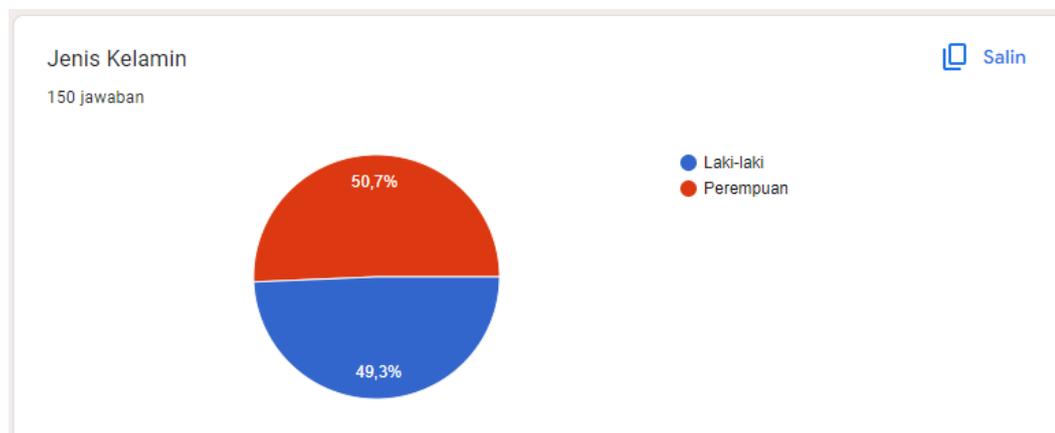


Sumber : Data Primer yang diolah (2024)

3) Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil Uji deskripsi berdasarkan jenis kelamin pada 150 responden, diperoleh hasil yang tersaji pada table berikut :

Gambar 4.2 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

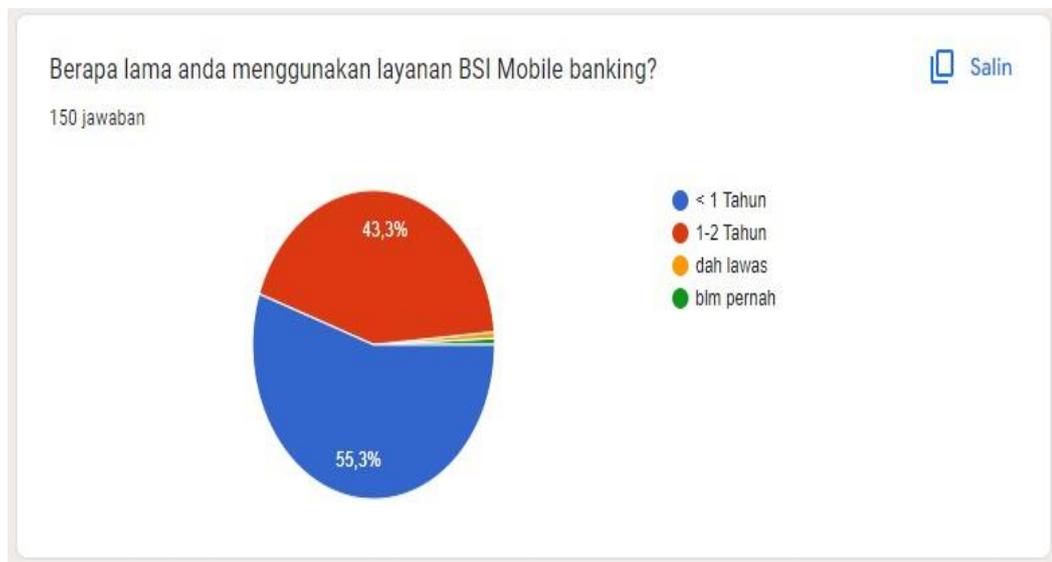


Sumber : Data Kuesioer,2024

4) Deskripsi Responden berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan

Hasil uji deskripsi berdasarkan jangka waktu penggunaan pada 150 responden, diperoleh hasil yang tersaji pada tabel berikut :

Gambar 4.3 Data Responden berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan



Sumber : Data Kuesioner,2024

5) Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Layanan informasi yang sering digunakan.

Hasil Uji deskripsi berdasarkan jenis layanan informasi yang sering digunakan pada 150 responden sebagai berikut :

2. Hasil Tanggapan Responden

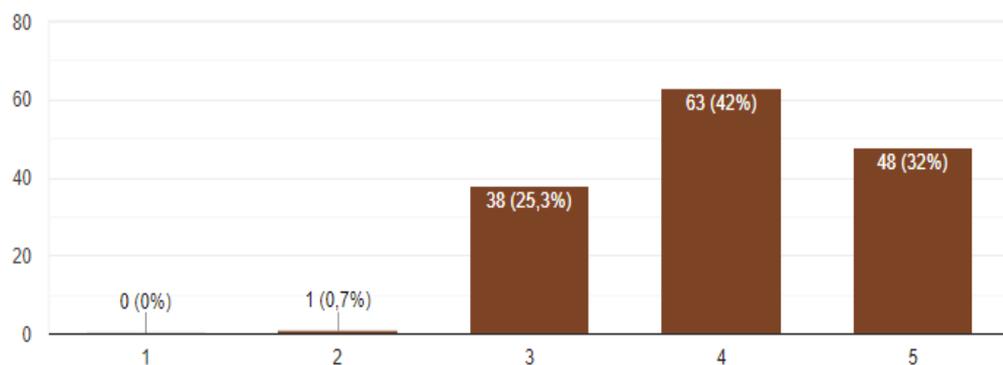
Statistik yang berisikan hasil dari presentasi dari setiap jawaban yang diberikan oleh responden, dibuat dalam bentuk skala likert. Skala likert juga dapat digunakan untuk mengukur jawaban (respon) yang terukur dari sangat setuju

sampai sangat tidak setuju dengan 5 (lima) alternatif jawaban.

a. Keamanan (X1)

Variabel Keamanan (X1) diukur menggunakan pertanyaan. Indikator variable keamanan ini disimbolkan dengan X1_1, X1_2, X1_3, dan X1_4. Hasil responden yang terdapat pada variable keamanan (X1) adalah sebagai berikut :

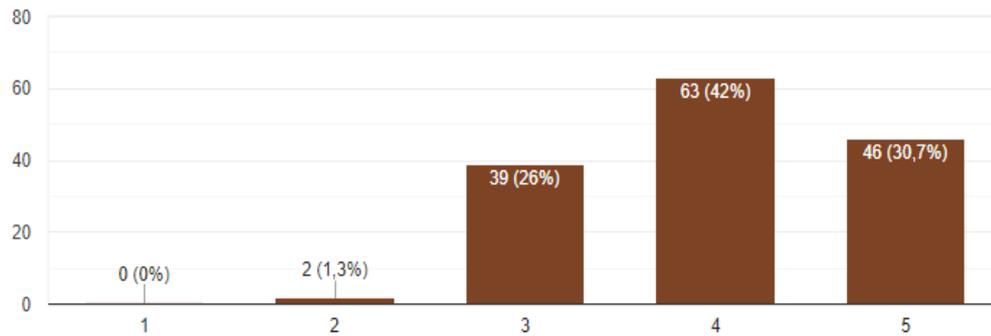
Gambar 4.4 Integritas Sistem dan Data



Sumber : Data Kuesioner, 2024

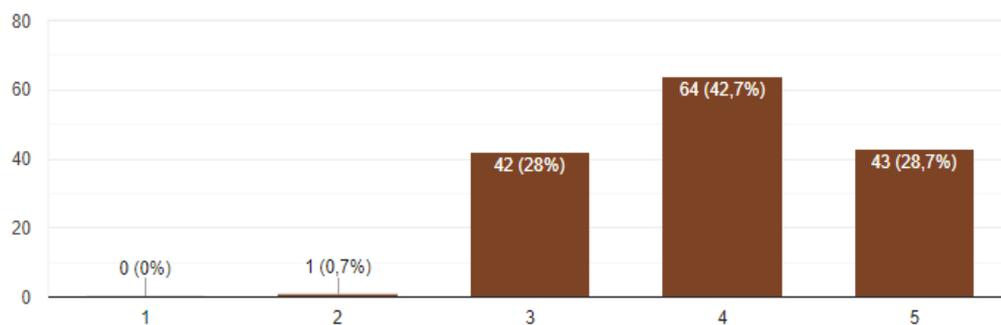
X1_1 (Integritas system dan data) memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 63 responden (42%), sedangkan hasil yang paling sedikit adalah “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil dapat dikatakan positif karena 74% responden menyatakan bahwa aplikasi BSI Mobile membantu pelayanan enkripsi data untuk melindungi informasi pribadi.

Gambar 4.5 Data Pribadi Aman



keamanan bagi para penggunanya.

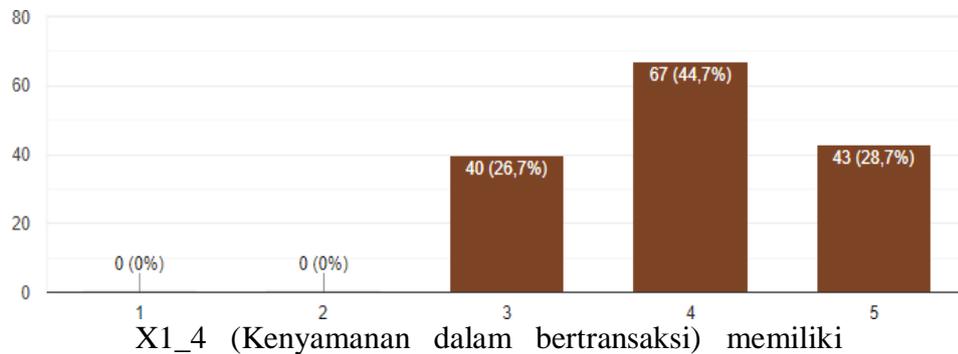
Gambar 4.6 Keamanan dalam Bertransaksi



Sumber : Data Kuesioner,2024

X1_3 (Keamanan dalam bertransaksi) paling banyak terdapat pada responden yang menyatakan “setuju” sebanyak 64 responden (42,7%) dan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena 71,4% responden menyatakan bahwa aplikasi BSI Mobile memberikan rasa keamanan bagi para penggunanya dalam melakukan transaksi.

Gambar 4.7 Kenyamanan dalam Bertransaksi

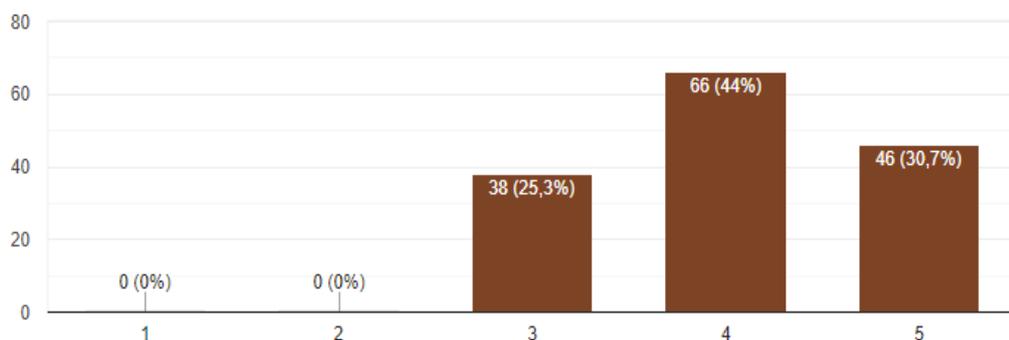


X1_4 (Kenyamanan dalam bertransaksi) memiliki tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 67 responden (44,7%) dan tanggapan paling sedikit adalah “netral” sebanyak 40 responden (26,7%). Hasil dari X1_4 dapat dikatakan positif karena 73,4 % para pengguna merasa nyaman Ketika melakukan transaksi pada aplikasi BSI Mobile.

b. Aksesibilitas (X2)

Variabel Aksesibilitas (X2) diukur menggunakan 5 pertanyaan. Indikator variable aksesibilitas ini disimbolkan dengan X2_1, X2_2, X2_3, X2_4, dan X2_5. Hasil responden yang terdapat pada variable aksesibilitas (X2) adalah sebagai berikut :

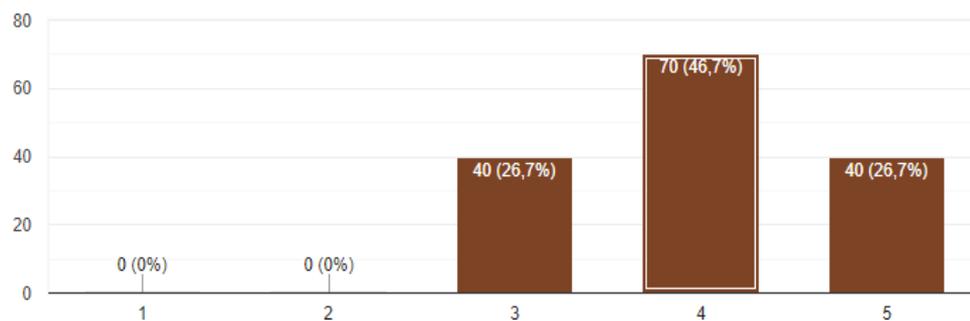
Gambar 4.8 Kemudahan Akses



Sumber : Data Kuesioner,2024

X2_1 (Kemudahan akses) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 66 responden (44%) sedangkan hasil tanggapan paling sedikit adalah “netral” sebanyak 38 responden (25,3%). Hasil tersebut dapat dikatakan positif karena 74,7% responden yang menyatakan bahwa aplikasi BSI Mobile mudah untuk digunakan.

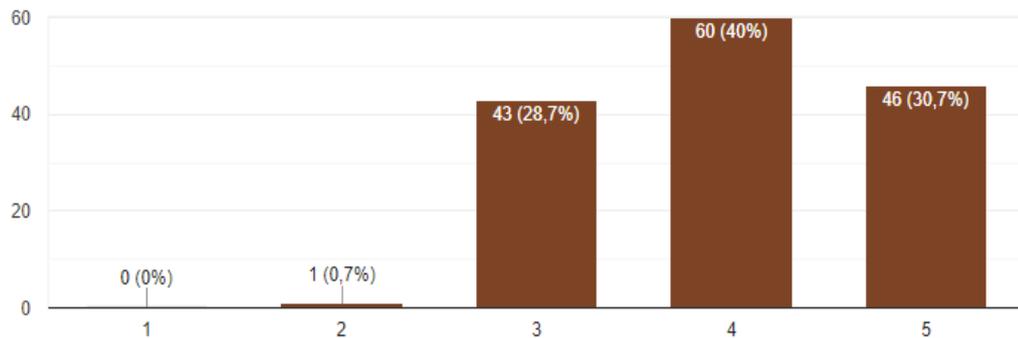
Gambar 4.9 Pemahaman Penggunaan



Sumber : Data Kuesioner,2024

X2_2 (Pemahaman penggunaan) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 70 responden (46,7%) sedangkan paling sedikit yaitu “netral” dan “sangat setuju” yang memiliki 40 responden (26,7%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena 73,4% responden menyatakan bahwa tidak mengalami kendala atau kebingungan Ketika menggunakan aplikasi BSI Mobile.

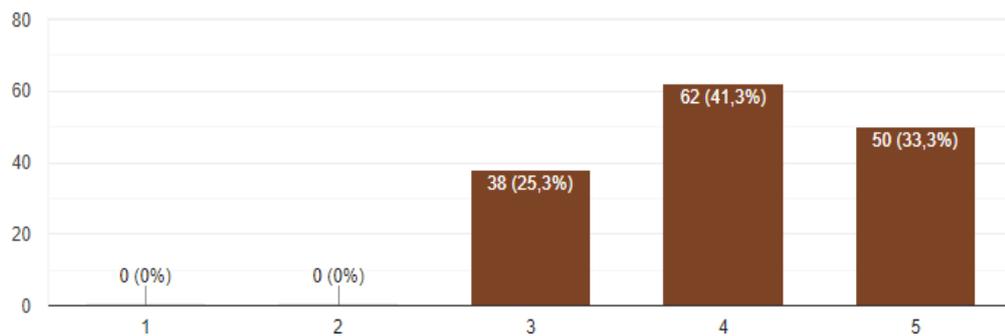
Gambar 4.10 Kelengkapan Informasi



Sumber : Data Kuesioner,2024

X2_3 (Kelengkapan informasi) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 60 responden (40%) sedangkan hasil paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 70,7 % menyatakan bahwa aplikasi BSI Mobile memberikan informasi yang cukup terkait produk dan layanan perbankan yang tersedia.

Gambar 4.11 Pengoperasian Layanan



Sumber : Data Kuesioner,2024

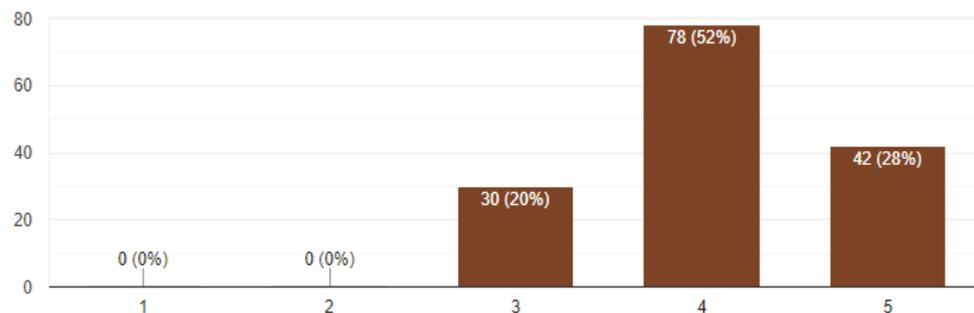
X2_4 (Pengoperasian layanan) memiliki hasil tanggapan yang paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 62 responden (41,3%) dan paling sedikit adalah “netral” sebanyak 38 responden (25,3%). Hasil

tersebut dikatakan tergolong positif karena 74,6% menyatakan bahwa aplikasi BSI Mobile membantu dalam pengoperasian layanan perbankan.

c. Fitur Layanan (X3)

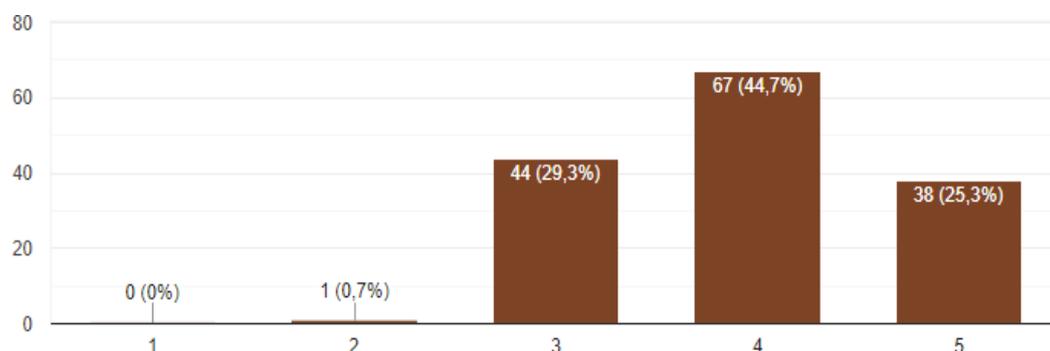
Variabel Fitur Layanan (X3) diukur menggunakan 4 pertanyaan. Indikator variabel fitur layanan ini disimbolkan dengan X3_1, X3_2, X3_3 dan X3_4. Hasil responden yang terdapat pada variabel fitur layanan (X3) adalah sebagai berikut:

Gambar 4.12 Kemudahan dalam Penggunaan Layanan Mobile Banking



X3_1 (Kemudahan dalam penggunaan layanan mobile banking) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 78 responden (52%) dan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “netral” sebanyak 30 responden (20%). Hasil ini menunjukkan positif karena 80% responden menyatakan bahwa merasa sangat responsif ketika melakukan transaksi pada fitur layanan yang digunakan.

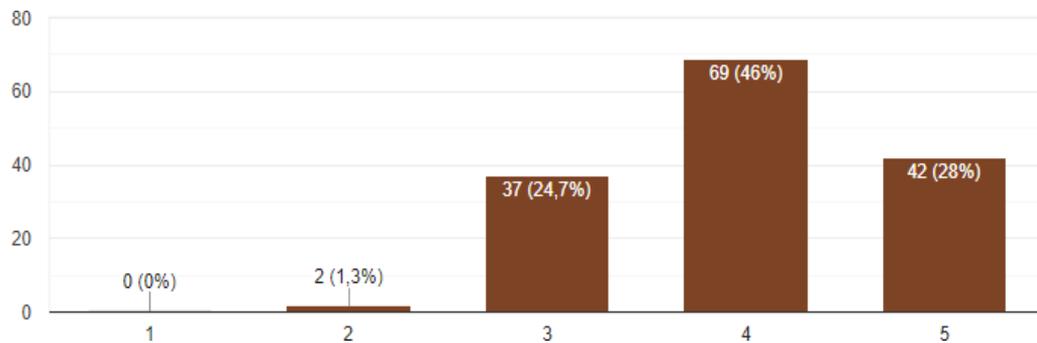
Gambar 4.13 Keragaman Jenis Layanan



Sumber : Data Kuesioner,2024

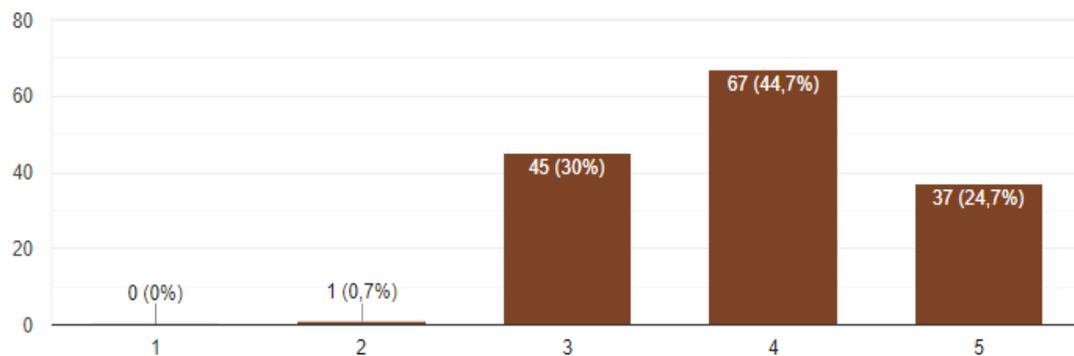
X3_2 (Keragaman jenis layanan) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 67 responden (44,7%) sedangkan yang paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil ini dikatakan cukup positif karena 70% responden yang menyatakan bahwa aplikasi BSI Mobile memiliki banyak layanan transaksi.

Gambar 4.14 Keberagaman Fitur Layanan



X3_3 (Keberagaman fitur layanan) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 69 responden (46%) sedangkan hasil tanggapan paling sedikit adalah “tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,3%). Hasil ini dapat dikatakan positif karena 74% responden menyatakan bahwa aplikasi BSI Mobile memiliki berbagai macam fitur layanan.

Gambar 4.15 Inovasi Produk



Sumber : Data Kuesioner,2024

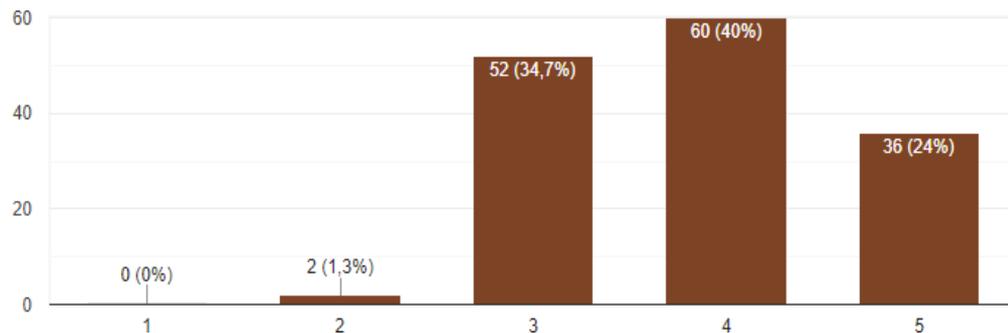
X3_4 (Inovasi produk) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 67 responden (44,7%) sedangkan hasil tanggapan paling sedikit adalah “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 69,4% responden menyatakan bahwa pada aplikasi BSI Mobile terdapat layanan yang memberikan informasi terkait inovasi produk BSI Mobile.

d. Loyalitas (Y)

Variabel Loyalitas (Y) diukur menggunakan 4

pertanyaan. Indikator variabel loyalitas ini disimbolkan dengan Y1, Y2,Y3, dan Y4. Hasil responden yang terdapat pada variabel Loyalitas (Y) adalah sebagai berikut

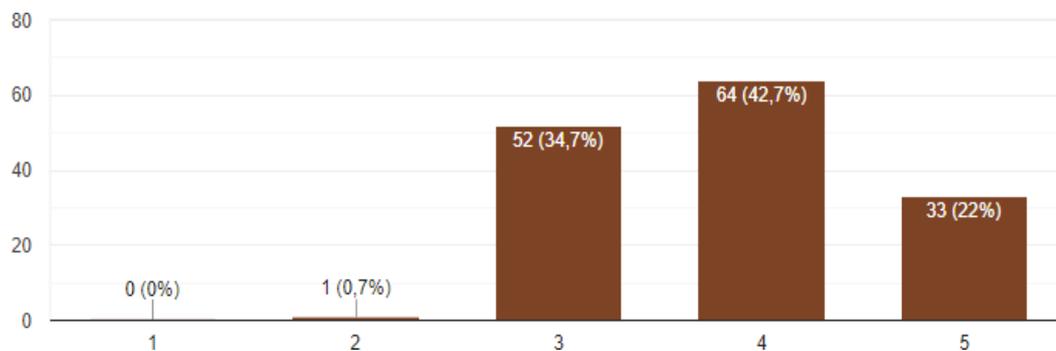
Gambar 4.16 Kesetian Merk



Sumber : Data Kuesioner,2024

Y1 (Kesetiaan merk) memiliki hasil tanggapan paling banyak diperoleh dari “setuju” sebanyak 60 responden (40%) dan hasil tanggapan paling sedikit diperoleh dari “tidak setuju” sebanyak 2 responden (1,3%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 64% responden menyatakan bahwa mereka akan tetap setia menggunakan produk ataupun layanan pada aplikasi BSI Mobile.

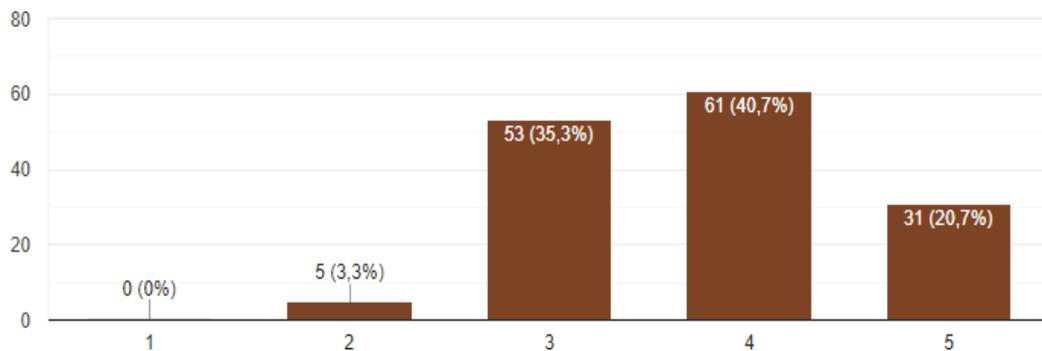
Gambar 4.17 Pembelian Ulang



Sumber : Data Kuesioner,2024

Y2 (Pembelian ulang) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebanyak 64 responden (42,7%) dan hasil paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 64,7% responden menyatakan bahwa mereka akan menggunakan berbagai jenis layanan dalam aplikasi BSI Mobile.

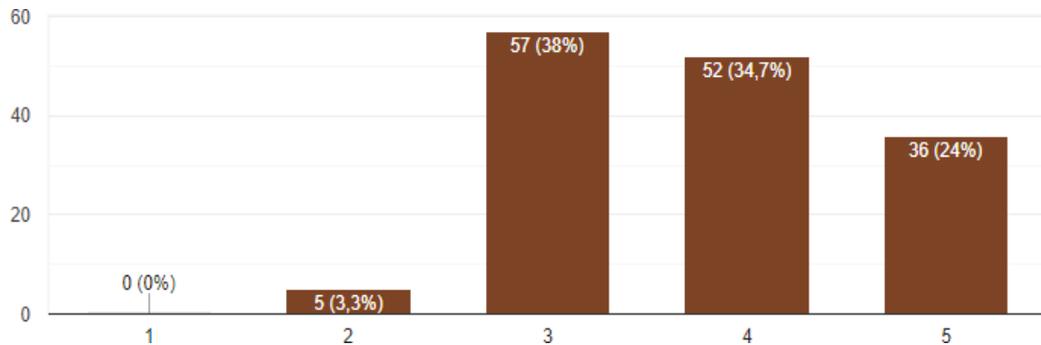
Gambar 4.18 Prioritas Terhadap Merk



Sumber : Data Kuesioner,2024

Y3 (Prioritas terhadap merk) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “setuju” sebesar 61 responden (40,7%) dan hasil tanggapan paling sedikit dari “tidak setuju” sebanyak 5 responden (3,3%). Hasil ini tergolong cukup positif karena 61,4% responden menyatakan bahwa mereka akan memprioritaskan produk dan layanan dalam aplikasi BSI Mobile.

Gambar 4.19 Rekomendasi Kepada Orang Lain



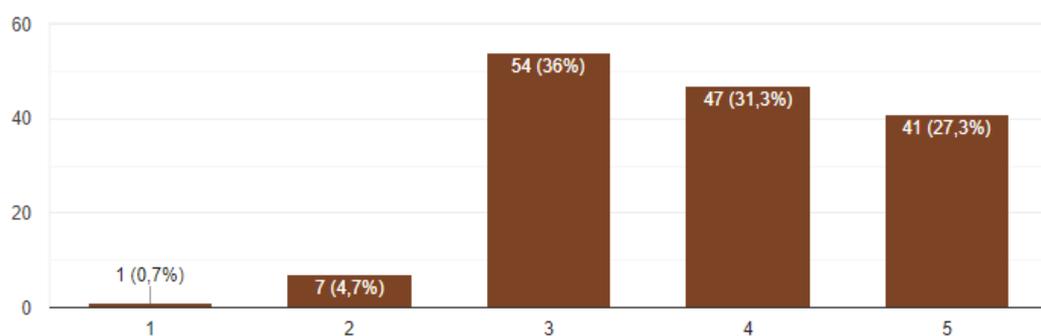
Sumber : Data Kuesioner,2024

Y4 (Rekomendasi kepada orang lain) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “netral” sebanyak 57 responden (38%) dan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 5 responden (3,3%). Hasil ini dikatakan cukup positif karena 58,7% responden menyatakan bahwa akan merekomendasikan kepada orang lain dalam penggunaan aplikasi BSI Mobile.

e. Religiusitas (Z)

Variabel Religiusitas (Z) diukur menggunakan 4 pertanyaan. Indikator variabel religiusitas ini disimbolkan dengan Z1, Z2, Z3, dan Z4. Hasil responden yang terdapat pada variabel religiusitas (Z) adalah sebagai berikut :

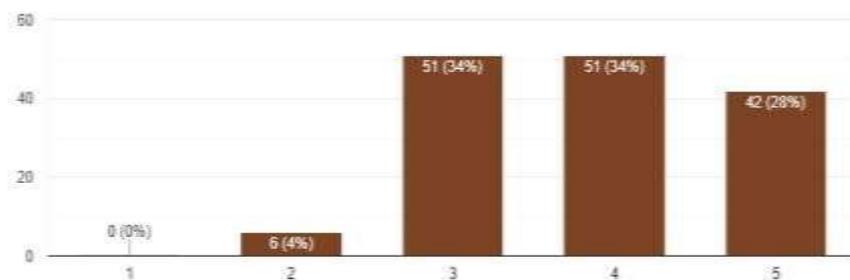
Gambar 4.20 Aspek Peribadatan atau Praktek Agama



Sumber : Data Kuesioner,2024

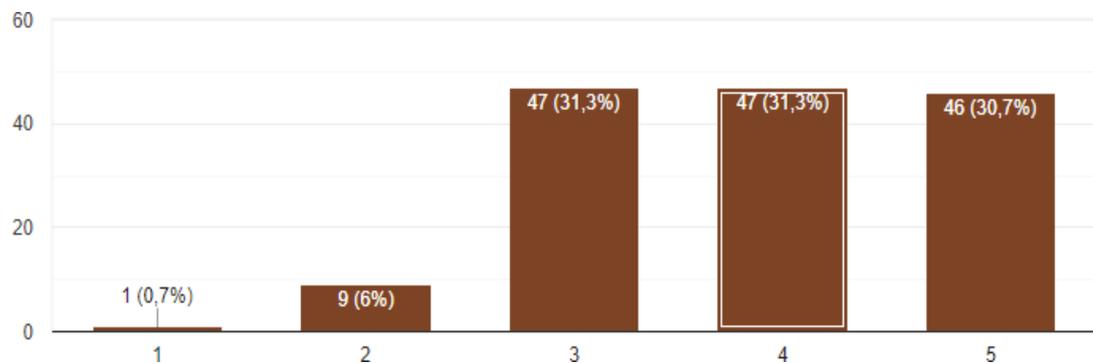
Z1 (Aspek peribadatan atau praktek agama) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “netral” sebanyak 54 responden (36%) sedangkan hasil paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 58,6% responden menyatakan bahwa mereka telah mengerjakan kewajiban sebagaimana mestinya.

Gambar 4.21 Aspek Pengalaman dan Penghayatan



Z2 (Aspek pengalaman dan penghayatan) memiliki nilai tanggapan paling tinggi adalah “netral” dan “setuju” sama-sama bernilai sebanyak 51 responden (34%) sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “tidak setuju” sebanyak 6 responden (4%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 62% responden menyatakan bahwa telah menerapkan nilai-nilai ilmu agama dalam kehidupan.

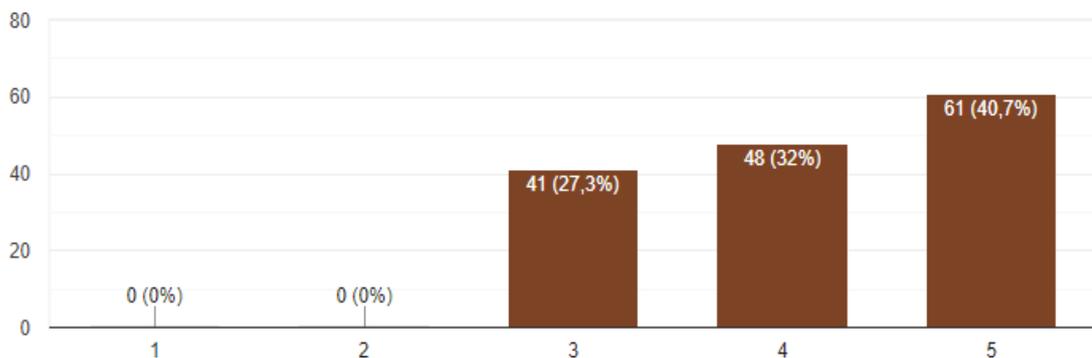
Gambar 4.22 Pengetahuan Hukum Agama



Sumber : Data Kuesioner,2024

Z3 (Pengetahuan hukum agama) memiliki hasil tanggapan paling tinggi yaitu “netral” dan “setuju” sebanyak 47 responden (31,3%) sedangkan hasil tanggapan paling sedikit yaitu “sangat tidak setuju” sebanyak 1 responden (0,7%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 62% responden menyatakan bahwa atas pengetahuan mereka tentang hukum riba.

Gambar 4.23 Pengalaman dan Konsekuensi



Z4 (Pengalaman dan konsekuensi) memiliki hasil tanggapan paling banyak yaitu “sangat setuju” sebanyak 61 responden (40,7%) dan paling sedikit yaitu “netral” sebanyak

41 responden (27,3%). Hasil ini dapat dikatakan cukup positif karena 72,7% responden menyatakan bahwa adanya tanggungjawab untuk membuat hal-hal positif di dunia.

3. Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

a. Convergent Validity

Uji validitas konvergen dalam PLS dinilai berdasarkan loading faktor (korelasi antara skoritem/skor komponen dengan skor konstruk) indikator-indikator yang mengukur konstruk tersebut. Parameter uji validitas konvergen dilihat dari skor AVE dan communality, masing-masing harus bernilai di atas 0,5. Artinya, probabilitas indikator di suatu konstruk masuk ke variabel claim lebih rendah (kurang dari 0,5). sehingga probabilitas indikator tersebut konvergen dan masuk di konstruk yang dimaksud lebih besar, yaitu diatas 50% (Abdillah & Jogiyanto, 2015).

Dalam evaluasi validitas konvergen dapat dinilai berdasarkan korelasi antara nilai komponen (item score/ component score) dengan nilai konstruk atau dengan kata lain dapat dinilai berdasarkan loading factor. Menurut Chin (1998) dalam penelitian Ghozali (2012 : 25), suatu kolerasi dapat dikatakan memenuhi validitas konvergen apabila memiliki nilai loading sebesar lebih besar dari 0,5 sampai 0,6.

Tabel 4.2 Output Outer Loadings

AKSESIBILITAS (X2)	FITUR LAYANAN (X3)	KEAMANAN (X1)	LOYALITAS (Y)	RELIGIUSITAS (Z)	RELIGIUSITAS (Z) x FITUR LAYANAN (X3)	RELIGIUSITAS (Z) x KEAMANAN (X1)	RELIGIUSITAS (Z) x AKSESIBILITAS (X2)
0.684							
0.748							
0.804							
0.768							
	0.781						
	0.830						
	0.763						
	0.750						
		0.825					
		0.838					
		0.746					
		0.717					
			0.834				
			0.823				
			0.797				
			0.827				
				0.763			
				0.819			
				0.826			
				0.711			
							1.000
						1.000	
					1.000		

Sumber: Data yang diolah, 2024

Berdasarkan Skema diatas, nilai *output outer loading* variabel keamanan (X1) sebesar 0.825, 0.838, 0.746, dan 0.717, lalu untuk variabel aksesibilitas (X2) sebesar 0.684, 0.748, 0.804 dan 0.768, variabel fitur layanan (X3) sebesar 0.781, 0.830, 0.763, dan 0.750. Sedangkan untuk variabel loyalitas (Y) memiliki nilai sebesar 0.834, 0.823, 0.797, dan 0.827. Lalu untuk variabel terakhir yaitu variabel religiusitas (Z) memiliki nilai sebesar 0.763, 0.819, 0.826, dan 0.711.

Dari hasil *loading factor* semua indikator untuk masing-masing konstruksinya sudah memenuhi *convergent validity*, karena semua nilai *loading factor* setiap indikator melebihi 0.5. Nilai paling kecil sebesar 0.684 dari indikator X2.1. Sehingga indikator yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah valid atau telah memenuhi *convergent validity*.

b. Discriminant Validity

Salah satu evaluasi untuk mengukur model pengukuran (outer model) adalah validitas diskriminan. Karena validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi tinggi, maka validitas diskriminan dari model pengukuran refleksif dapat dihitung berdasarkan nilai *cross loading* dari variabel manifest terhadap masing-masing variabel laten. Apabila korelasi antara variabel laten dengan setiap indikatornya (variabel manifest) lebih besar daripada korelasi dengan variabel laten lainnya, maka variabel laten tersebut dapat dikatakan memprediksi indikatornya lebih baik daripada variabel laten lainnya.

Tabel 4.3 Discriminant Validity

	AKSESIBILITAS (X2)	FITUR LAYANAN (X3)	KEAMANAN (X1)	LOYALITAS (Y)	RELIGIUSITAS (Z)
AKSESIBILITAS (X2)	0.752				
FITUR LAYANAN (X3)	0.692	0.781			
KEAMANAN (X1)	0.590	0.667	0.783		
LOYALITAS (Y)	0.642	0.635	0.602	0.820	

RELIGIUSITAS (Z)	0.406	0.403	0.408	0.574	0.781
------------------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : Data yang diolah,2024

Berdasarkan tabel di atas, Nilai akar AVE masing-masing variabel lebih besar dibandingkan akar AVE korelasinya dengan variabel lain sehingga discriminant validitynya dapat dikatakan telah terpenuhi.

Metode lain yang dapat digunakan untuk menilai validitas diskriminan yaitu dengan membandingkan nilai akar kuadrat dari Average Variance Extracted (AVE). Apabila nilai AVE lebih besar dibandingkan nilai korelasi di antara variabel laten, maka validitas diskriminan dapat dianggap terpenuhi.

Validitas diskriminan dinilai berdasarkan dari nilai Average Variance Extracted (AVE) lebih besar dari 0,50 dan nilai Composite Reliability harus lebih besar dari 0,70 pada tabel dibawah ini akan disajikan nilai Composite Reliability dan AVE untuk semua variabel.

Tabel 4.4 Construct Reliability and Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
AKSESIBILITAS (X2)	0.742	0.744	0.838	0.566
FITUR LAYANAN (X3)	0.787	0.792	0.862	0.611
KEAMANAN (X1)	0.789	0.800	0.863	0.614
LOYALITAS (Y)	0.838	0.840	0.892	0.673
RELIGIUSITAS (Z)	0.785	0.788	0.862	0.610

Sumber : Data yang diolah,2024

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa setiap konstruk keamanan memiliki nilai lebih besar setiap indikatornya (X1_1, X1_2, X1_3, X1_4) dibandingkan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik.

Hal yang sama juga terjadi pada aksesibilitas yaitu memiliki nilai konstruk yang lebih besar di setiap indikatornya (X2_1, X2_2, X2_3, X2_4) dibandingkan dengan konstruk indikator lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas memiliki *discriminant validity* yang baik.

Lalu hasil dari variabel fitur layanan juga memiliki nilai konstruk yang besar pada setiap indikatornya (X3_1, X3_2, X3_3, dan X3_4) dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan memiliki *discriminant validity* yang baik.

Selanjutnya yaitu variabel loyalitas yang memiliki nilai indikator yang lebih besar dibandingkan nilai konstruk lainnya (Y1, Y2, Y3, Y4). Hal ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas juga memiliki *discriminant validity* yang baik.

Kemudian yang terakhir adalah variabel religiusitas (Z1, Z2, Z3, Z4) nilai indikator yang dimiliki lebih tinggi dibandingkan dengan nilai konstruk indikator lainnya. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel religiusitas memiliki *discriminant validity* yang baik juga.

Hasil dari semua indikator masing-masing variabel laten memiliki nilai loading factor paling besar dibandingkan dengan nilai factor loading variabel lainnya. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa masing-masing indikator pada variabelnya sendiri memiliki *discriminant validity* yang baik.

c. Uji Reliabilitas Model

Uji Reliabilitas pada model SEMPLS digunakan sebagai salah satu evaluasi untuk model pengukuran (outer model). Variabel laten dapat dikatakan mempunyai realibilitas yang baik apabila nilai composite reliability lebih besar dari 0,7 dan nilai Cronbach's alpha lebih besar dari 0,7 (Sarwono dan Narimawati. 2015: 18). Singkatnya kriteria dapat dikatakan reliabel yaitu :

- 1) Cronbach alpha : $> 0,7$
- 2) Rho A: $> 0,7$
- 3) Composite reliability : $> 0,6$

Tabel 4.5 Construct Reliability and Validity

	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
AKSESIBILITAS (X2)	0.742	0.744	0.838	0.566
FITUR LAYANAN (X3)	0.787	0.792	0.862	0.611
KEAMANAN (X1)	0.789	0.800	0.863	0.614
LOYALITAS (Y)	0.838	0.840	0.892	0.673
RELIGIUSITAS (Z)	0.785	0.788	0.862	0.610

Sumber : Data yang diolah, 2024

Berdasarkan data di atas dapat dilihat bahwa nilai Cronbach alpha, composite reliability, dan rho-A telah memenuhi syarat untuk dapat dikatakan reliabel.

d. Uji Kolinearitas Model

Kolinearitas adalah terjadinya sebuah korelasi antar indikator pada variabel laten dalam suatu model, kekuatan prediksinya tidak handal dan tidak stabil. Uji kolinearitas model bertujuan untuk mengevaluasi apakah terdapat ketergantungan linier yang signifikan antara variabel prediktor dalam model regresi.

Indikasi kolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor), apabila <5 maka tidak terjadi kolinearitas.

Tabel 4.6 Kolinearitas Model

	VIF
A1	1.289
A3	1.590
A4	1.840
A5	1.525
F1	1.577
F2	1.801
F3	1.592
F4	1.441
K1	1.814
K2	2.039
K3	1.592
K4	1.394
Y1	1.925
Y2	1.903
Y3	1.752
Y4	1.864
Z2	1.637
Z3	2.127
Z4	1.972
Z5	1.388
RELIGIUSITAS (Z) x KEAMANAN (X1)	1.000
RELIGIUSITAS (Z) x FITUR LAYANAN (X3)	1.000
RELIGIUSITAS (Z) x AKSESIBILITAS (X2)	1.000

Sumber : Data yang diolah, 2024

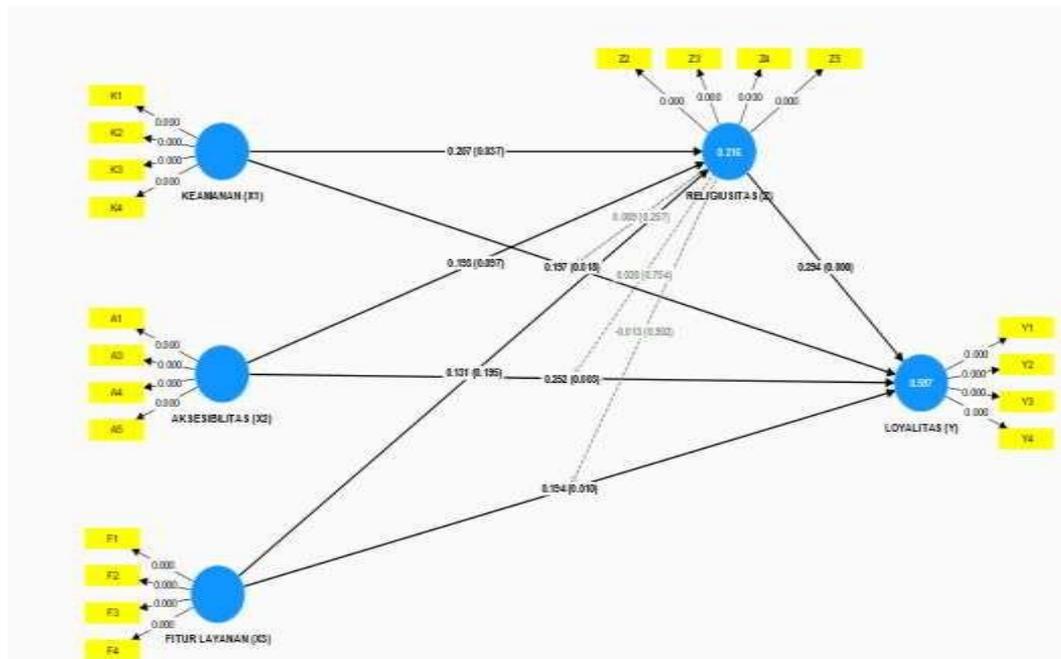
Berdasarkan nilai VIF pada tabel di atas, tidak ada nilai VIF >5 maka tidak terjadi kolinearitas.

4. Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Model struktural dalam PLS digunakan untuk melihat bagaimana hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan R-square dari model penelitian ini. Model struktural dapat dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen Uji T serta signifikansi dari koefisien parameter

jalur struktural tersebut.

Gambar 4.24 Model Struktural



Sumber : Data yang diolah,2024

Dalam menilai model dengan menggunakan PLS dimulai dengan melihat nilai Koefisien Determinasi (R^2) atau R-square. Berikut ini hasil estimasi R-square dengan menggunakan smart PLS. Menurut Chin (1998) dalam Ghozali (2012 : 27), hasil R2 sebesar 0,67 mengindikasikan bahwa model dikategorikan baik. Hasil R2 diantara 0,33 dan 0,67 mengindikasikan bahwa model dikategorikan moderat. Sedangkan Hasil R2 sebesar 0,33 mengindikasikan bahwa model dikategorikan lemah.

Tabel 4.7 R Square

	R-square	R-square adjusted
LOYALITAS (Y)	0.597	0.577
RELIGIUSITAS (Z)	0.216	0.200

Sumber: Data yang diolah,2024

Tabel di atas menunjukkan besar nilai R-Square untuk variabel loyalitas sebesar 0.597. Hasil ini menunjukkan bahwa 59,7% variabel loyalitas dapat dipengaruhi oleh variabel keamanan, aksesibilitas dan fitur layanan, sisanya yaitu sebesar 40,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model.

Hasil selanjutnya untuk variabel religiusitas memperoleh hasil R-Square sebesar 0.216 yang artinya variabel religiusitas tidak dipengaruhi oleh variabel keamanan, aksesibilitas, fitur layanan dan loyalitas sebesar 21,6% dan sisanya yaitu sebesar 78,4% yang dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dihipotesiskan dalam model.

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan nilai T-value dengan tingkat signifikansi 0,05. Nilai T-value adalah nilai critical ratio (c.r.) pada Regresion Weights: (Group Number 1 – Default Model). Jika nilai Critical ratio(c.r.) $\geq 1,967$ atau nilai Probabilitas (P) $\leq 0,05$ atau $\leq 5\%$ (dalam penelitian ekonomi dapat menggunakan $\leq 0,1$ atau $\leq 1\%$ dengan tingkat kepercayaan 90%) maka H0 ditolak

(hipotesis penelitian diterima). Nilai t-hitung dalam penelitian ini berasal dari output path coefficients dari perhitungan bootstrapping dengan menggunakan *software Smart PLS* yang dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.8 *Output Path Coefficients*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
AKSESIBILITAS (X2) -> LOYALITAS (Y)	0.252	0.248	0.084	3.009	0.003
AKSESIBILITAS (X2) -> RELIGIUSITAS (Z)	0.193	0.195	0.116	1.670	0.097
FITUR LAYANAN (X3) -> LOYALITAS (Y)	0.194	0.205	0.074	2.608	0.010
FITUR LAYANAN (X3) -> RELIGIUSITAS (Z)	0.131	0.129	0.100	1.303	0.195
KEAMANAN (X1) -> LOYALITAS (Y)	0.197	0.190	0.082	2.390	0.018
KEAMANAN (X1) -> RELIGIUSITAS (Z)	0.207	0.221	0.098	2.110	0.037
RELIGIUSITAS (Z) -> LOYALITAS (Y)	0.294	0.295	0.070	4.173	0.000
RELIGIUSITAS (Z) x FITUR LAYANAN (X3) -> LOYALITAS (Y)	-0.013	-0.020	0.105	0.123	0.902
RELIGIUSITAS (Z) x KEAMANAN (X1) -> LOYALITAS (Y)	0.089	0.084	0.079	1.139	0.257
RELIGIUSITAS (Z) x AKSESIBILITAS (X2) -> LOYALITAS (Y)	0.028	0.039	0.088	0.314	0.754

Sumber : Data yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel di atas, berikut adalah penjelasan mengenai hipotesis- hipotesis dalam penelitian ini :

- a. H_0 1 : Tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel keamanan (X1) terhadap variabel loyalitas

(Y)

- b. H_{a1} : Terdapat pengaruh langsung antara variabel keamanan (X1) terhadap variabel loyalitas (Y)

Tabel 4.9 Hasil Path Coefficients X1 terhadap Y

	(O)	(M)	(STIDEV)	T Statistic	P Value
X1 → Y	0.197	0.190	0.082	2.390	0.018

Sumber : Data yang diolah ,2024

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel keamanan (X1) terhadap loyalitas (Y) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0.197. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk ini adalah sebesar 2,390, nilai tersebut lebih besar dari nilai T-Table yaitu 1,762. Serta nilai p-value sebesar 0,018. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh langsung antara variabel keamanan (X1) terhadap variabel loyalitas (Y) terbukti benar. Sehingga H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak.

- a. H_{02} : Tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel loyalitas (Y)
- b. H_{a2} : Terdapat pengaruh langsung antara variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel loyalitas (Y)

Tabel 4.10 Hasil Path Coefficients X2 terhadap Y

	(O)	(M)	(STIDEV)	T Statistic	P Value
X2 → Y	0,252	0,248	0,084	3,009	0,003

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel aksesibilitas (X2) terhadap loyalitas (Y) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,252. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk ini adalah sebesar 3,009, nilai tersebut lebih besar dari nilai T-Table yaitu 1,762. Serta nilai p-value sebesar 0,003. Hal ini dapat

membuktikan terdapat pengaruh langsung antara variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel loyalitas (Y) terbukti benar. Sehingga dapat dikatakan Ha2 diterima dan Ho2 ditolak.

- a. Ho3 : Tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel loyalitas (Y)
- b. Ha3 : Terdapat pengaruh langsung antara variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel loyalitas (Y)

Tabel 4.11 Hasil Path Coefficients X3 terhadap Y

	(O)	(M)	(STIDEV)	T Statistic	P Value
X3 → Y	0,194	0,205	0,074	2,608	0,010

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel fitur layanan (X3) terhadap loyalitas (Y) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,194. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk ini adalah

sebesar 2,608, nilai tersebut lebih besar dari nilai T-Table yaitu 1,762. Serta nilai p-value sebesar 0,010. Hal ini dapat membuktikan terdapat pengaruh langsung antara variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel loyalitas (Y) terbukti benar. Sehingga dapat dikatakan Ha3 diterima dan Ho3 ditolak.

a. H₀₄ : Tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel keamanan (X1) terhadap variabel religiusitas (Z)

b. Ha₄: Terdapat pengaruh langsung antara variabel keamanan (X1) terhadap variabel religiusitas (Z)

Tabel 4.12 Hasil Path Coefficients X1 terhadap Z

	(O)	(M)	(STIDEV)	T Statistic	P Value
X1 → Z	0,207	0,221	0,098	2,110	0,037

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel keamanan (X1) terhadap religiusitas (Z) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,207. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk ini adalah sebesar 2,110, nilai tersebut lebih besar dari nilai T-Table yaitu 1,762. Serta nilai p-value sebesar 0,037. Hal ini dapat membuktikan terdapat pengaruh langsung antara variabel keamanan (X1) terhadap variabel religiusitas (Z) terbukti benar. Sehingga dapat dikatakan Ha₄ diterima dan Ho₄ ditolak.

a. H₀₅ : Tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel

aksesibilitas (X2) terhadap variabel religiusitas (Z)

- b. Ha5: Terdapat pengaruh langsung antara variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel religiusitas (Z)

Tabel 4.13 Hasil Path Coefficients X2 terhadap Z

	(O)	(M)	(STIDEV)	T Statistic	P Value
X1 → Z	0,193	0,195	0,116	1,670	0,097

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel aksesibilitas (X2) terhadap religiusitas (Z) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,193. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk ini adalah sebesar 1,670, nilai tersebut lebih kecil dari nilai T-Table yaitu 1,762. Serta nilai p-value sebesar 0,097. Hal ini dapat membuktikan terdapat pengaruh langsung antara variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel religiusitas (Z) terbukti tidak benar. Sehingga dapat dikatakan Ha5 ditolak dan Ho5 diterima.

- a. H₀6 : Tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel religiusitas (Z)

- b. Ha6: Terdapat pengaruh langsung antara variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel religiusitas (Z)

Tabel 4.14 Hasil Path Coefficients X3 terhadap Z

	(O)	(M)	(STID EV)	T Statis	P
--	-----	-----	-----------	----------	---

				tic	V a l u e
X3 → Z	0,13 1	0,12 9	0,100	1,303	0 , 1 9 5

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel fitur layanan (X3) terhadap religiusitas (Z) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,131. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk ini adalah sebesar 1,303, nilai tersebut lebih kecil dari nilai T-Table yaitu 1,762. Serta nilai p-value sebesar 0,195. Hal ini dapat membuktikan terdapat pengaruh langsung antara variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel religiusitas (Z) terbukti tidak benar. Sehingga dapat dikatakan Ha6 ditolak dan Ho6 diterima.

- a. H_{o7} : Tidak terdapat pengaruh langsung antara variabel religiusitas (Z) terhadap variabel loyalitas (Y)
- b. Ha7 : Terdapat pengaruh langsung antara variabel religiusitas (Z) terhadap variabel loyalitas (Y)

Tabel 4.15 Hasil Path Coefficients X3 terhadap Z

	(O)	(M)	(STI DEV)	T Stati stic	P Val ue
Y → Z	0,29 4	0,29 5	0,070	4,17 3	0,00 0

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa hubungan variabel loyalitas (Y) terhadap religiusitas (Z) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,294. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk ini adalah sebesar 4,173, nilai tersebut lebih besar dari nilai T-Table yaitu 1,762. Serta nilai p-value sebesar 0,000. Hal ini dapat membuktikan terdapat pengaruh langsung antara variabel loyalitas (Y) terhadap variabel religiusitas (Z) terbukti benar. Sehingga dapat dikatakan H_{a7} diterima dan H_{o7} ditolak.

- a. H_{o8} : Tidak terdapat pengaruh variabel religiusitas (Z) memoderasi pengaruh variabel keamanan (X1) terhadap variabel loyalitas (Y)
- b. H_{a8} : Terdapat pengaruh variabel religiusitas (Z) memoderasi pengaruh variabel keamanan (X1) terhadap variabel loyalitas (Y)

Tabel 4.16 Hasil Path Coefficients moderasi X1 terhadap Y

	(O)	(M)	(STI DE V)	T Stat istic	P Val ue
Z (X1 → Y)	0,0 89	0,0 84	0,07 9	1,13 9	0,2 57

Sumber : Data yang diolah, 2024

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada variabel keamanan (X1) terhadap loyalitas (Y) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,089. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk tersebut sebesar 1,139 yang lebih kecil dari nilai T-Table sebesar 1,762 serta nilai p-value sebesar 0,257. Hal ini dapat berarti bahwa

variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara variabel keamanan (X1) terhadap

loyalitas (Y) sehingga H_{a8} ditolak dan H_{08} diterima.

- a. H_{09} : Tidak terdapat pengaruh variabel religiusitas (Z) memoderasi pengaruh variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel loyalitas (Y)
- b. H_{a9} : Terdapat pengaruh variabel religiusitas (Z) memoderasi pengaruh variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel loyalitas (Y).

Tabel 4.17 Hasil Path Coefficients moderasi X2 terhadap Y

	(O)	(M)	(STIDEV)	T Statistic	P Value
Z (X2 → Y)	0,028	0,039	0,088	0,314	0,754

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada variabel aksesibilitas (X2) terhadap loyalitas (Y) mempunyai pengaruh (O) sebesar 0,028. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk tersebut sebesar 0,314 yang lebih kecil dari nilai T-Table sebesar 1,762 serta nilai p-value sebesar 0,754. Hal ini dapat berarti bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara variabel aksesibilitas (X2) terhadap loyalitas (Y) sehingga H_{a9} ditolak dan H_{09} diterima.

- a. H_{010} : Tidak terdapat pengaruh variabel religiusitas (Z) memoderasi pengaruh variabel fitur layanan

(X3) terhadap variabel loyalitas (Y)

- b. Ha10 : Terdapat pengaruh variabel religiusitas (Z) memoderasi pengaruh variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel loyalitas (Y)

Tabel 4.18 Hasil Path Coefficients moderasi X2 terhadap Y

	(O)	(M)	(STIDEV)	T Statistic	P Value
Z (X2 → Y)	-0,013	-0,020	0,105	0,123	0,902

Sumber : Data yang diolah,2024

Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada variabel fitur layanan (X3) terhadap loyalitas (Y) mempunyai pengaruh (O) sebesar -0,013. Nilai T-Statistic pada hubungan konstruk tersebut sebesar 0,123 yang lebih kecil dari nilai T-Table sebesar 1,762 serta nilai p-value sebesar 0,902. Hal ini dapat berarti bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara variabel fitur layanan (X3) terhadap loyalitas (Y) sehingga Ha10 ditolak dan H₀10 diterima.

Pembahasan berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh keamanan, aksesibilitas dan fitur layanan terhadap loyalitas nasabah dengan religiusitas sebagai variabel moderasi pada PT Bank syariah Indonesia,Tbk Kcp Martapura. Hasil tersebut telah sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Pembahasan dari variabel akan dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut :

6. Pengaruh Langsung Variabel Keamanan, Aksesibilitas dan Fitur Layanan terhadap Variabel Loyalitas

a. Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan metode bootstrapping yang menunjukkan bahwa variabel keamanan (X1) terhadap variabel loyalitas (Y) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,197 yang berarti berpengaruh positif sebesar 19,7%. Lalu nilai p-value yang dimiliki sebesar 0,018 yang berarti lebih besar dari 0,08. Kemudian nilai t-statistic sebesar 2,390 dimana nilai tersebut dikatakan lebih besar dari nilai t-tabel dalam penelitian yaitu sebesar 1,762. Sehingga pengaruh yang diberikan konstruk keamanan (X1) terhadap loyalitas (Y) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, yang artinya keamanan dari aplikasi BSI Mobile dapat meningkatkan

loyalitas nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile atau Hal diterima.

b. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Loyalitas

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel loyalitas (Y) memiliki nilai koefisien jalur

sebesar 0,252 yang berarti berpengaruh positif yaitu sebesar 25,2%. Lalu nilai p-values yang dimiliki sebesar 0,003 yang berarti lebih kecil dari 0,08. Kemudian nilai t-statistic sebesar 3,009 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,762. Hal ini berarti variabel aksesibilitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, yang artinya aksesibilitas penggunaan aplikasi BSI Mobile meningkatkan loyalitas nasabah untuk bertransaksi menggunakan aplikasi BSI Mobile, atau H_{a2} diterima.

c. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Loyalitas

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping menunjukkan bahwa variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel loyalitas (Y) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,194 yang berarti berpengaruh positif sebesar 19,4%. Lalu nilai p-values yang dimiliki sebesar 0,010 yang berarti lebih besar dari 0,08. Kemudian nilai t-statistic sebesar 2,608 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,762. Sehingga pengaruh yang diberikan oleh konstruk fitur layanan (X3) terhadap loyalitas (Y) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel fitur layanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, yang

artinya fitur layanan dari aplikasi mobile banking BNI Syariah dapat meningkatkan

loyalitas nasabah untuk menggunakan aplikasi BSI Mobile, atau H_{a3} diterima.

7. Pengaruh Langsung Variabel Keamanan, Aksesibilitas, Fitur Layanan dan Loyalitas terhadap Variabel Religiusitas

a. Pengaruh Keamanan terhadap Religiusitas

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping menunjukkan bahwa variabel keamanan (X1) terhadap variabel religiusitas (Z) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,207 yang berarti berpengaruh positif sebesar 20,7%. Lalu nilai p-values yang dimiliki sebesar 0,037 yang berarti lebih kecil dari 0,08. Kemudian nilai t-statistic sebesar 2,110 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,762. Sehingga pengaruh yang diberikan oleh konstruk keamanan (X1) terhadap religiusitas (Z) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keamanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel religiusitas nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, yang artinya keamanan nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile dipengaruhi oleh nilai-nilai dan keyakinan agama pengguna pada nasabah, atau H_a diterima.

b. Pengaruh Aksesibilitas terhadap Religiusitas

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping menunjukkan bahwa variabel aksesibilitas (X2) terhadap variabel religiusitas (Z) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,193 yang berarti berpengaruh positif sebesar 19,3%. Lalu nilai p-values yang dimiliki sebesar 0,097 yang berarti lebih besar dari 0,05. Kemudian nilai t-statistic sebesar 1,670 di mana nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,762. Hal ini berarti variabel aksesibilitas tidak berpengaruh terhadap religiusitas nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, yang artinya aksesibilitas yang digunakan nasabah dari aplikasi BSI Mobile tidak diukur dari nilai keyakinan agama seseorang sehingga tidak memberikan korelasi kepuasan, atau H_a ditolak.

c. Pengaruh Fitur Layanan terhadap Religiusitas

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping menunjukkan bahwa variabel fitur layanan (X3) terhadap variabel religiusitas (Z) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,131 yang berarti berpengaruh positif sebesar 13,1%. Lalu nilai p-values yang dimiliki sebesar 0,195 yang berarti lebih besar dari 0,05. Kemudian nilai t-statistic sebesar 1,303 di mana nilai tersebut lebih kecil dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,762. Hal ini berarti variabel fitur layanan

tidak berpengaruh terhadap religiusitas nasabah menggunakan aplikasi BSI Mobile, yang artinya fitur layanan yang ada pada aplikasi BSI Mobile tidak berdampak pada nilai-nilai keyakinan agama bagi nasabah, atau H_0 ditolak.

d. Pengaruh Loyalitas terhadap Religiusitas

Hasil pengujian hipotesis dilakukan dengan metode bootstrapping menunjukkan bahwa variabel loyalitas (Y) terhadap variabel religiusitas (Z) memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,294 yang berarti berpengaruh positif sebesar 29,4%. Lalu nilai p-values yang dimiliki sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,08. Kemudian nilai t-statistic sebesar 4,173 di mana nilai tersebut lebih besar dari t-tabel dalam penelitian ini yaitu sebesar 1,762. Sehingga pengaruh yang diberikan oleh konstruk loyalitas (Y) terhadap religiusitas (Z) terbukti signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel minat memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah menggunakan aplikasi mobile banking BNI Syariah, yang artinya minat nasabah untuk melakukan transaksi menggunakan aplikasi mobile banking BNI Syariah memberikan rasa kepuasan bagi nasabah, atau H_{a2d} diterima.

8. Pengaruh Religiusitas Memoderasi Pengaruh Keamanan, Aksesibilitas dan Fitur Layanan terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile

a. Pengaruh Religiusitas Memoderasi Pengaruh Keamanan terhadap Loyalitas

Hasil pengujian hipotesis ini dilakukan melalui metode bootstrapping menunjukkan bahwa pada variabel keamanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai koefisien jalur moderasi sebesar 0,089 yang berarti berpengaruh positif sebesar 8,9%. Lalu nilai p-value yang dimiliki sebesar 0,257 yang berarti lebih besar dari 0,08. Kemudian nilai T-Statistic sebesar 1,139 dimana nilai tersebut tergolong lebih kecil dari nilai T-table yaitu sebesar 1,762. Hal ini berarti bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara keamanan (X1) terhadap Loyalitas nasabah (Y) sekaligus tidak berpengaruh signifikan sebagai variabel moderasi hubungan antara keamanan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Martapura. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan *“Religiusitas sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap hubungan antara keamanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile”* **tidak dapat didukung.**

Dalam penelitian ini religiusitas memang berhubungan dengan keamanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile tetapi religiusitas bukan variabel yang pengaruhnya dapat memperkuat atau

memperlemah tetapi religiusitas merupakan salah satu di antara variabel yang timbul yang dapat berhubungan langsung dengan keamanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile. Salah satu kemungkinan yang menyebabkan religiusitas tidak mempengaruhi keamanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile adalah nasabah tidak menjadikan seberapa kuat atau lemahnya sikap religiusitas seseorang untuk mendapatkan rasa kenyamanan dan efisiensi teknologi pada produk serta layanan BSI mobile.

b. Pengaruh Religiusitas dalam memoderasi Pengaruh Aksesibilitas terhadap Loyalitas

Hasil pengujian hipotesis ini dilakukan melalui metode bootstrapping menunjukkan bahwa pada variabel aksesibilitas (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai koefisien jalur moderasi sebesar 0,028 yang berarti berpengaruh positif sebesar 2,8%. Lalu nilai p-value yang dimiliki sebesar 0,754 yang berarti lebih besar dari 0,08. Kemudian nilai T-Statistic sebesar 0,314 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai T-table yaitu sebesar 1,762. Hal ini berarti bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara aksesibilitas (X2) terhadap Loyalitas nasabah (Y) sekaligus tidak berpengaruh signifikan sebagai variabel moderasi hubungan antara aksesibilitas terhadap

loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Martapura. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan “*Religiusitas sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap hubungan antara aksesibilitas terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile*” **tidak dapat didukung.**

Dalam penelitian ini religiusitas memang berhubungan dengan aksesibilitas terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile tetapi religiusitas bukan variabel yang pengaruhnya dapat memperkuat atau memperlemah tetapi religiusitas merupakan salah satu di antara variabel yang

timbul yang dapat berhubungan langsung dengan aksesibilitas terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile. Salah satu kemungkinan yang menyebabkan religiusitas tidak mempengaruhi aksesibilitas terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile adalah nasabah tidak menjadikan seberapa kuat atau lemahnya sikap religiusitas seseorang dalam mengakses layanan atau fitur BSI Mobile untuk dapat menggunakan produk serta layanan yang ada pada Bank Syariah Indonesia.

c. Pengaruh Religiusitas dalam memoderasi Pengaruh Fitur Layanan terhadap Loyalitas

Hasil pengujian hipotesis ini dilakukan melalui metode bootstrapping menunjukkan bahwa pada variabel fitur layanan (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai koefisien jalur moderasi sebesar -0,013 yang berarti berpengaruh negatif sebesar 1,3%. Lalu nilai p-value yang dimiliki sebesar 0,902 yang berarti lebih besar dari 0,08. Kemudian nilai T-Statistic sebesar 0,123 dimana nilai tersebut lebih kecil dari nilai T-table yaitu sebesar 1,762. Hal ini berarti bahwa variabel religiusitas tidak memoderasi hubungan antara fitur layanan (X3) terhadap Loyalitas nasabah (Y) sekaligus tidak berpengaruh signifikan sebagai variabel moderasi hubungan antara fitur layanan terhadap

Loyalitas nasabah pada PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Martapura. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan "*Religiusitas sebagai variabel moderasi berpengaruh positif terhadap hubungan antara fitur layanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan BSI Mobile*" **tidak dapat didukung.**

Dalam penelitian ini religiusitas memang berhubungan dengan fitur layanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile tetapi

religiusitas bukan variabel yang pengaruhnya dapat memperkuat atau memperlemah tetapi religiusitas merupakan salah satu di antara variabel yang timbul yang dapat berhubungan langsung dengan fitur layanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile. Salah satu kemungkinan yang menyebabkan religiusitas tidak mempengaruhi fitur layanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile adalah nasabah tidak menjadikan seberapa kuat atau lemahnya sikap religiusitas seseorang dalam hal prioritas kenyamanan dan fungsionalitas menggunakan produk serta layanan yang ada pada Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4.19 Uji Hipotesis

Hipotesis	Hasil Uji
H1 : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Diterima
H2 : Aksesibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Diterima
H3 : Fitur Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Diterima

H4 : Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Diterima
H5 : Aksesibilitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Ditolak
H6 : Fitur Layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Ditolak
H7 : Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap religiusitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Diterima
H8 : Religiusitas sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh positif terhadap hubungan antara keamanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Ditolak
H9 : Religiusitas sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh positif terhadap hubungan antara aksesibilitas terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Ditolak

H10 : Religiusitas sebagai variabel moderasi tidak berpengaruh positif terhadap hubungan antara fitur layanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan BSI Mobile	Ditolak
---	---------

Sumber : Data yang diolah,2024