

## **PERAN KEPUASAN NASABAH BANK BRI DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MOBILE BANKING TERHADAP LOYALITAS**

**Zulfikry Sukarno<sup>1</sup>, Nur Hasriani Yasmin<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Makassar Bongaya

### **Informasi Artikel**

#### *Riwayat naskah:*

Diterima : 20 Juli 2026  
Disetujui : 20 Agustus 2026  
Publikasi : 30 Agustus 2026

Penulis Korespondensi:  
Zulfikry Sukarno  
fikry.sukarno@stiem-  
bongaya.ac.id

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas dimediasi Kepuasan Nasabah menjadi tujuan utama penelitian ini. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner dengan teknik purposive sampling terhadap 96 nasabah Bank BRI yang dijadikan responden. Metode analisis kausalitas dan deskriptif statistik melalui SPSS, uji sobel digunakan untuk menguji variabel mediasi. Hasil kuesioner tersebut telah diuji validitas dan realibilitasnya, juga diuji asumsi klasik berupa asumsi Normalitas, Multikolonieritas dan Heteroskedastisitas. Metode analisis data menggunakan teknik regresi berganda dengan menggunakan analisis jalur serta uji sobel. Berdasarkan analisis jalur serta uji sobel ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua hipotesis diterima dikarenakan hipotesis pertama diterima karena Kualitas Pelayanan Mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hipotesis kedua dan ketiga diterima karena kualitas pelayanan mobile banking dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Terakhir pada hipotesis keempat juga diterima karena kualitas pelayanan mobile Banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening.

**Kata Kunci** : kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, Loyalitas, mobile banking

### **ABSTRACT**

*This study aims to find out the effect of Mobile Banking Service Quality on Loyalty mediated by Customer Satisfaction as the main objective of the research. The research approach uses a quantitative method and primary data collection through distributing questionnaires using purposive sampling on 96 BRI Bank customers who were made respondents. The analysis method uses causality and descriptive statistics through SPSS, and the Sobel test is used to test the mediation variable. The questionnaire results have been tested for validity and reliability, as well as classical assumptions in the form of Normality, Multicollinearity and Heteroscedasticity assumptions. The data analysis method uses multiple regression techniques with path analysis and the Sobel test. Based on the path analysis and Sobel test, the results show that all hypotheses are accepted. The first hypothesis is accepted because Mobile Banking Service Quality has a positive and significant effect on satisfaction. The second and third hypotheses are accepted because mobile banking service quality and satisfaction have a positive and significant partial effect on customer loyalty. Finally, the fourth hypothesis is also accepted because Mobile Banking Service Quality has a positive and significant effect on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable. Based on the path analysis and Sobel test, the results show that all hypotheses are accepted. The first hypothesis is accepted because Mobile Banking Service Quality has a positive and significant effect on satisfaction. The second and third hypotheses are accepted because mobile banking service quality and satisfaction have a positive and significant partial effect on customer loyalty. Finally, the fourth hypothesis is also accepted because Mobile Banking Service Quality has a positive and significant effect on customer loyalty with satisfaction as an intervening variable.*

**Keywords** : service quality, customer satisfaction, loyalty, mobile banking

## **Pendahuluan**

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien (Nurdin et al., 2020).

Fenomena dalam penelitian ini dikaji dari Sistem keamanan mobile banking dinilai rawan kejahatan dunia maya, misalnya pembobolan data dan privasi nasabah. Hal ini telah menjadi kasus yang sering terjadi dan yang harus diantisipasi oleh pihak bank. Kasus yang menjadi permasalahan pelayanan m-banking yang dapat merugikan nasabah sehingga menurunkan tingkat kepuasan pemakaian m-banking (Mostafa, 2020). Penggunaan m-banking membutuhkan smartphone untuk mengaksesnya dan jaringan internet yang stabil karena berdampak pada kelancaran penggunaannya. Terdapat risiko dari penggunaan m-banking tersebut disebabkan fitur keamanan melalui koneksi yang terenkripsi bisa dihack jika smartphone hilang atau dicuri yang berarti beresiko terhadap pencurian (Datta & Rana, 2020). Berdasarkan penjelasan tersebut, masih didapati masalah yang menyangkut kinerja dari mobile banking yang dapat menurunkan tingkat loyalitas nasabah.

Kemajuan dan perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mempengaruhi industri perbankan dalam penggunaan mobile banking sebagai salah satu wujud dari perkembangan teknologi informasi (Rahardjo & Darma, 2025). Perangkat komunikasi merupakan teknologi yang dimanfaatkan oleh sektor perbankan untuk menyediakan akses mobile banking agar mengetahui informasi keuangan. Adanya berbagai kemudahan layanan perbankan diharapkan nasabah memperoleh kepuasan dalam menggunakan berbagai produk jasa yang diberikan oleh pihak bank sehingga nasabah juga menjadi loyal terhadap bank (Dantsoho et al., 2021).

Loyalitas nasabah merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha, nasabah yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan bank (Monferrer et al., 2026). Loyalitas mendorong adanya pembelian merek yang sama walaupun terdapat pengaruh-pengaruh situasional dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku berpindah ke produsen lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya ditentukan oleh keputusan pelanggan semata namun juga usaha-usaha dari pelaku bisnis yang dapat membuat pelanggan menjadi loyal (Kim et al., 2024).

Loyalitas nasabah dapat dipertahankan dengan cara meningkatkan kualitas layanan. Kualitas layanan dengan kepuasan nasabah tidak terlepas dari kreativitas layanan perbankan (Ahmadi, 2024). Untuk mewujudkan suatu layanan yang berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, maka pihak bank mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga akan mampu memahami tingkat persepsi dan harapan atas kualitas layanan (Amalia & Hastriana, 2022). Hal yang penting, karena kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap layanan yang dirasakan (Marginingsih, 2023).

Kualitas layanan mobile banking biasanya dicatat sebagai prasyarat penting untuk memuaskan nasabah, kepercayaan nasabah, mempertahankan nilai nasabah dan memperkuat komitmen nasabah (Susanti et al., 2022). Dalam persaingan perbankan, kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh para penyedia jasa. Apabila sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas layanan perbankan dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan kepuasan nasabah terhadap perusahaan tersebut (Akob & Sukarno, 2022).

Ketertarikan penulis untuk mendalami isu ini dilatarbelakangi oleh fenomena yang ada dan hasil penelitian terdahulu. Adapun judul penelitian ini “Peran Kepuasan Nasabah Bank BRI dalam memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobile Banking terhadap Loyalitas”.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif, artinya peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi tentang berbagai variabel kualitas pelayanan mobile banking, Loyalitas dan Kepuasan nasabah. Dengan menggunakan alat statistik SPSS, dan uji sobel untuk menghitung nilai mediasinya, kami ingin mengetahui bagaimana berbagai faktor mempengaruhi satu sama lain dan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain (Ghozali, 2019).

Objek penelitian merupakan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Gowa sebanyak 96 responden yang dianggap representatif, dipilih pendekatan purposive sampling karena jumlah nasabah cukup banyak. Metode pengumpulan data dari hasil kuesioner tersebut lalu di uji instrument dengan uji validitas dan reliabilitas. Lalu menguji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas (Ghozali, 2019). Uji hipotesis digunakan mengetahui Tingkat keberartian (test of significance) yang meliputi uji parsial (uji-t), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan sedangkan untuk menguji hubungan mediasinya menggunakan uji sobel.

**Tabel 1. Defenisi Operasional**

| Variabel                         | Defenisi                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kualitas Pelayanan m-banking (X) | Ukuran yang mengidentifikasi kemampuan aplikasi perbankan dalam memenuhi ekspektasi nasabah secara keseluruhan baik keunggulan dan kelemahan dari Kualitas Pelayanan Mobile Banking |
| Kepuasan Nasabah (Y1)            | Tanggapan nasabah tetang keseluruhan sikap yang ditunjukkan nasabah atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.                                              |
| Loyalitas Nasabah (Y2)           | Keterikatan yang erat antara pelanggan dengan pelaku bisnis sehingga mereka melakukan pembelian berulang yang didasarkan pada komunikasi yang positif.                              |

Pengukuran variable dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan skor mulai 1-5, jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi mulai dari sangat tidak puas, tidak puas, ragu-ragu, puas, sampai sangat puas (Sugiyono, 2019).

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **Hasil Uji validitas**

Pada perhitungan validitas instrumen item masing-masing indikator pada penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS. Untuk selanjutnya peneliti membuat rekapitulasi hasil uji validitas seperti pada tabel berikut dengan menggunakan korelasi item total terkoreksi :

**Tabel .2 Hasil Uji Validitas**

| Variabel Penelitian              | Item | Corrected Item Total Correlation | r standar | Ket.  |
|----------------------------------|------|----------------------------------|-----------|-------|
| Kualitas Pelayanan m-banking (X) | X1.1 | 0,690                            | 0,30      | Valid |
|                                  | X1.2 | 0,637                            |           |       |
|                                  | X1.3 | 0,707                            |           |       |
|                                  | X1.4 | 0,598                            |           |       |
|                                  | X1.5 | 0,586                            |           |       |
|                                  | X1.6 | 0,747                            |           |       |
|                                  | X1.7 | 0,754                            |           |       |
| Kepuasan Nasabah (Y1)            | Y1.1 | 0,716                            | 0,30      | Valid |
|                                  | Y1.2 | 0,654                            |           |       |
|                                  | Y1.3 | 0,679                            |           |       |
|                                  | Y1.4 | 0,652                            |           |       |
|                                  | Y1.5 | 0,561                            |           |       |
| Loyalitas (Y2)                   | Y2.1 | 0,718                            | 0,30      | Valid |
|                                  | Y2.2 | 0,683                            |           |       |
|                                  | Y2.3 | 0,824                            |           |       |
|                                  | Y2.4 | 0,666                            |           |       |
|                                  | Y2.5 | 0,758                            |           |       |

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel yaitu kualitas penggunaan m-banking, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah adalah valid atau sah berdasarkan hasil uji validitas. Hal ini berdasarkan sebelas item pernyataan yang disajikan. dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang peneliti gunakan dalam penelitian sudah representatif. Dalam artian mampu mengungkapkan data dengan benar.

#### **Hasil Uji Reliabilitas.**

Suatu instrumen dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien kehandalan (Alpha Cronbach) sebesar 0,6 atau lebih. Jadi jika nilai reliabilitas > nilai Alpha Cronbach (0,6), maka butir kuesioner dikatakan reliabel. Adapun hasil uji reliabilitas dari data yang peneliti gunakan sebagai berikut:

**Tabel 3. Hasil Uji Reliability**

| Variabel                         | Cronbach Alpha | Batas Minimum |
|----------------------------------|----------------|---------------|
| Kualitas Pelayanan m-banking (X) | 0,797          | 0,60          |
| Kepuasan nasabah (Y1)            | 0,657          | 0,60          |
| Loyalitas (Y2)                   | 0,778          | 0,60          |

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

Dari tabel di atas diketahui bahwa semua butir instrument variabel (Kualitas pelayanan mobile banking, Kepuasan, dan Loyalitas nasabah) dinyatakan Reliabel karena nilai Koefisien Alpha > 0,60. Berdasarkan nilai uji Reliabilitas butir instrumen seluruh variabel di atas, dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang peneliti gunakan dalam penelitian sudah terbilang handal. Dalam artian mampu mengungkapkan data dan variabel yang diteliti secara tepat.

### Hasil Uji Asumsi normalitas

Untuk mengetahui apakah variabel residual atau perancu dalam model regresi mengikuti distribusi normal, Ghozali (2018) melakukan uji normalitas. Data dapat diuji normalitasnya dengan menggunakan uji langsung Kolmogorov-Smirnov pada persamaan residual. Kriteria pengujiannya menyatakan data berdistribusi normal jika nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05, dan tidak berdistribusi normal jika nilai probabilitasnya kurang dari 0,05. Tabel berikut menampilkan hasil uji normalitas; untuk informasi lebih lanjut, silakan merujuk ke mereka :

**Tabel 4. Hasil Uji Normalitas**

|                                     |                | Unstandardized<br>Residual Model 1 | Unstandardized<br>Residual Model 2 |
|-------------------------------------|----------------|------------------------------------|------------------------------------|
| N                                   |                | 96                                 | 96                                 |
| Normal<br>Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                           | .0000000                           |
|                                     | Std. Deviation | .31435055                          | .25512748                          |
| Most Extreme<br>Differences         | Absolute       | .083                               | .052                               |
|                                     | Positive       | .083                               | .052                               |
|                                     | Negative       | -.083                              | -.044                              |
| Test Statistic                      |                | .083                               | .052                               |
| Asymp. Sig. (2-tailed)              |                | .098 <sup>c</sup>                  | .200 <sup>c,d</sup>                |

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

Temuan uji normalitas mengungkapkan bahwa Asymp. tanda tangan. (2-tailed) Uji Kolmogorov-Smirnov Kita dapat menyimpulkan bahwa data yang diperiksa mengikuti distribusi normal karena hasil pengujian 0,200 lebih besar dari 0,05.

### Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas

Jika model regresi linier berganda mempunyai korelasi, maka pengujian ini akan mengungkapkannya. Karakteristik penting dari model regresi linier berganda yang baik adalah kemampuannya untuk menghindari multikolinearitas. Salah satu cara untuk memeriksa multikolinearitas adalah melalui nilai toleransi atau variance inflasi faktor (VIF). Toleransi harus lebih dari 0,10 dan VIF harus kurang dari 10,00. Tabel berisi hasil uji multikolinearitas disajikan di bawah ini.

**Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas**

|       |                    | Coefficients <sup>a</sup> |       |
|-------|--------------------|---------------------------|-------|
|       |                    | Collinearity Statistics   |       |
| Model |                    | Tolerance                 | VIF   |
| 1     | (Constant)         |                           |       |
|       | Kualitas Pelayanan | .499                      | 2.005 |
|       | Kepuasan nasabah   | .499                      | 2.005 |

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan nasabah mempunyai nilai Tolerance sebesar 0,499 > 0,10 seperti terlihat pada tabel diatas. Data yang dievaluasi tidak menunjukkan adanya multikolinieritas, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai VIF sebesar 2,005 < 10,000 untuk variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan nasabah. Pengujian di masa depan dapat dilakukan untuk mengonfirmasi hal ini.

### Hasil Uji Heterokedastisitas

**Tabel 6. Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glesjer) Model 1**

| Coefficients <sup>a</sup> |      |
|---------------------------|------|
| Model                     | Sig. |
| 1                         |      |
| Kualitas Pelayanan        | .798 |

a. Dependent Variable: hetero\_model\_1

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel Kualitas pelayanan mobile banking adalah  $0,798 > 0,05$  artinya variabel Kualitas pelayanan mobile banking tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam model regresi. Selanjutnya Hasil uji heteroskedastisitas dapat juga dijelaskan pada model kedua yaitu dalam tabel berikut:

**Tabel 7. Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji Glesjer) Model 2**

| Coefficients <sup>a</sup> |      |
|---------------------------|------|
| Model                     | Sig. |
| 1                         |      |
| Kualitas Pelayanan        | .108 |
| Kepuasan nasabah          | .591 |

a. Dependent Variable: hetero\_model\_2

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel Kualitas pelayanan mobile banking adalah  $0,108 > 0,05$ , dan variabel Kepuasan adalah  $0,591 > 0,05$  artinya variabel Kualitas pelayanan mobile banking, dan Kepuasan tidak terjadi masalah heterokedastisitas dalam model regresi, sehingga uji tersebut lolos kriteria uji heteroskedastisitas sehingga dapat dilanjutkan untuk ujian selanjutnya.

### Hasil Uji Analisis Jalur

Perhitungan statistik dalam analisis jalur yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 23.0. Hasil pengolahan data Model 1 tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 8. Hasil Uji Analisis Jalur Model 1**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |                           |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|---------------------------|
|                           |                    | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients |
| Model                     |                    | B                           | Beta                      |
| 1                         | (Constant)         | 1.511                       | .212                      |
|                           | Kualitas Pelayanan | .583                        | .060                      |
|                           |                    |                             | .708                      |

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan Jalurnya adalah sebagai berikut:

$$Z = 1.511 + 0,583 X$$

Model persamaan jalur Standardized Coefficients, nilai koefisiennya sebagai berikut:

- Konstanta 1.511 berarti bahwa Kepuasan Nasabah (Z) akan tetap konstan sebesar 1.511 jika tidak ada pengaruh dari variable Kualitas pelayanan mobile banking (X).
- Koefisien regresi X sebesar 0,583 memberikan arti bahwa Kualitas pelayanan mobile banking (X) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya Kualitas pelayanan mobile banking Nasabah, maka terjadi peningkatan pada Kepuasan Nasabah sebesar 58.3%.

Selanjutnya dapat dijelaskan juga berdasarkan hasil pengolahan data Model 2 adalah sebagai berikut:

**Tabel 9. Hasil Uji Analisis Jalur Model 2**

|       |                    | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|       |                    | Unstandardized Coefficients | Std. Error | Standardized Coefficients |
| Model |                    | B                           |            | Beta                      |
| 1     | (Constant)         | .322                        | .215       |                           |
|       | Kualitas Pelayanan | .427                        | .069       | .489                      |
|       | Kepuasan nasabah   | .447                        | .084       | .421                      |

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

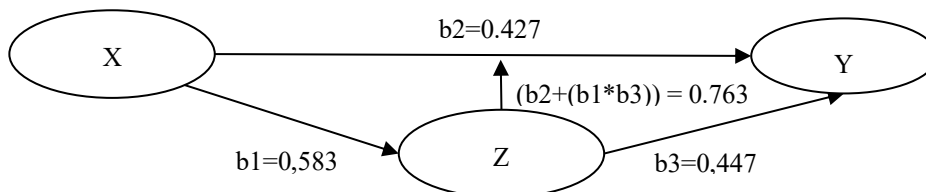
Dari hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan Jalurnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0.322 + 0.427 X + 0.447 Z$$

Model persamaan jalur Standardized Coefficients, nilai koefisiennya sebagai berikut:

- Konstanta 0.322 berarti bahwa Loyalitas nasabah (Y) akan tetap konstan sebesar 0.322 jika tidak ada pengaruh dari variable Kualitas pelayanan mobile banking (X), dan Kepuasan (Z),
- Koefisien regresi X sebesar 0,427 memberikan arti bahwa Kualitas pelayanan mobile banking (X) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya Kualitas pelayanan mobile banking Nasabah, maka terjadi peningkatan pada Loyalitas nasabah sebesar 42.7%.
- Koefisien regresi Z sebesar 0,447 memberikan arti bahwa Kepuasan (Z) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya Kepuasan Nasabah maka akan terjadi peningkatan Loyalitas nasabah sebesar 44.7%.

Analisis jalur digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada kedua model analisis jalur dalam model pertama dan model kedua. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka diagram jalur pada hubungan kausalitas antara variabel Kualitas pelayanan mobile banking (X), Kepuasan Nasabah (Z), dan Loyalitas nasabah (Y) yang diajukan penulis berdasarkan teori-teori yang ada:



**Gambar 1. Diagram Jalur**

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dijelaskan nilai pengaruh yang diperoleh Nilai koefisien unstandardized sebesar 0.427 menunjukkan besarnya pengaruh langsung dari Kualitas pelayanan mobile banking (X) terhadap kinerja (Y), sedangkan besarnya pengaruh tidak langsung dari yaitu

dari Kualitas pelayanan mobile banking (X) ke kepuasan (Z) lalu ke kinerja (Y) harus dihitung dengan mengalikan koefisien tidak langsungnya yaitu:

$$(b1 \cdot b3) = 0.583 \times 0.447 = 0.261.$$

$$(b2 + (b1 \cdot b3)) = 0.427 + 0.261 = 0.688.$$

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien  $(b2 + (b1 \cdot b3))$  sebesar 0.688. hal ini diartikan bahwa kualitas pelayanan mobile banking dapat meningkatkan kinerja dengan dimediasi kepuasan nasabah sebesar 68.8%. maka dapat disimpulkan dengan menggunakan variabel intervening, dapat meningkatkan pengaruh variabel independen terhadap dependen lebih besar 68.8% dibandingkan tidak menggunakan variabel intervening hanya sebesar 42.7%.

#### **a. Hasil Uji-t (Uji parsial)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat pada kedua model analisis jalur. Sementara itu secara parsial pengaruh dari variabel independen tersebut terhadap variabel dependen ditunjukkan model 1 pada tabel berikut:

**Tabel 10. Hasil Perhitungan uji-t Model 1**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |       |      |
|---------------------------|--------------------|-------|------|
| Model                     |                    | t     | Sig. |
| 1                         | (Constant)         |       |      |
|                           | Kualitas Pelayanan | 9.718 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan nasabah

Sumber : Data olahan SPSS (2020)

Pengujian dengan membandingkan nilai thitung > ttabel sebesar 1.986 (nilai ini diperoleh dari MsExcel =TINV(5%,94) lalu enter) dan nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima. Berdasarkan pertimbangan tabel tersebut diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Pernyataan Hipotesis pertama adalah Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan tabel tersebut, untuk Kualitas pelayanan mobile banking (X) dengan Nilai thitung (9.718) > ttabel (1.986) serta nilai signifikannya (0,000) < (0,05) sehingga terbukti bahwa variabel Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah, maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis pertama bahwa H1 diterima dan H0 ditolak

Selanjutnya, secara parsial pengaruh dari variabel independen tersebut terhadap variabel dependen yang ditunjukkan model 2 pada tabel berikut:

**Tabel 11. Hasil Perhitungan uji-t Model 2**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |       |      |
|---------------------------|--------------------|-------|------|
| Model                     |                    | t     | Sig. |
| 1                         | (Constant)         | 1.500 | .137 |
|                           | Kualitas Pelayanan | 6.159 | .000 |
|                           | Kepuasan nasabah   | 5.306 | .000 |

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Pengujian dengan membandingkan nilai thitung > ttabel sebesar 1.986 (nilai ini diperoleh dari MsExcel =TINV(5%,93) lalu enter) dan nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima. Berdasarkan pertimbangan tabel tersebut diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas pelayanan mobile banking terhadap Loyalitas nasabah

Pernyataan Hipotesis kedua adalah Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan tabel tersebut, untuk Kualitas pelayanan mobile banking (X) dengan Nilai thitung ( $6.159$ ) > ttabel ( $1.986$ ) serta nilai signifikannya ( $0,000$ ) < ( $0,05$ ) sehingga terbukti bahwa variabel Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah, maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis kedua bahwa H2 diterima dan H0 ditolak.

2) Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas nasabah

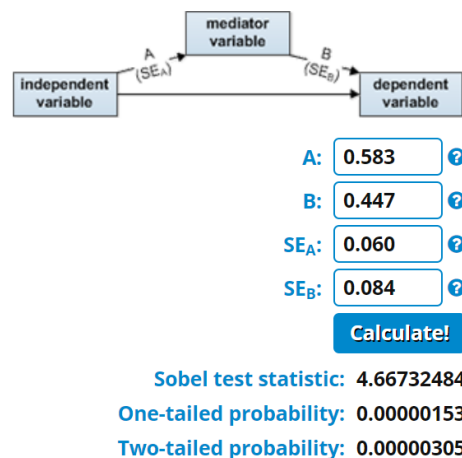
Pernyataan Hipotesis ketiga Kepuasan mempunyai pengaruh positif dan signifikan Terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan tabel tersebut untuk Kepuasan (Z) dengan Nilai thitung ( $5.306$ ) > ttabel ( $1.986$ ) serta nilai signifikannya ( $0,000$ ) < ( $0,05$ ) terbukti bahwa variabel Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah, maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis ketiga bahwa H3 diterima dan H0 ditolak.

**b. Uji Efek Mediasi**

Uji Sobel ini dilakukan dengan cara menguji hipotesis keempat dengan kekuatan pengaruh tidak langsung variabel independen (X) kepada variabel dependen (Y) melalui variabel intervening (Z). Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perhitungan nilai t dari koefisien ab diperlukan. Nilai t hitung ini dibandingkan dengan nilai t tabel dan jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel maka dapat disimpulkan bahwa terjadi pengaruh mediasi. Dalam penelitian ini, analisis jalur dibantu dengan program yang dikembangkan oleh Daniel S. Soper dalam danielsoper.com.

Berikut ini analisis jalur untuk menguji hubungan antara Kualitas pelayanan mobile banking terhadap Loyalitas nasabah dimediasi oleh Kepuasan dengan menggunakan Sobel Test. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan mobile banking (X) dapat berpengaruh langsung ke Loyalitas nasabah (Y) dan dapat juga berpengaruh tidak langsung yaitu dari Kualitas pelayanan mobile banking (X) ke kepuasan (Z) lalu ke kinerja (Y).

Untuk lebih mudahnya menghitung signifikannya pengaruh tidak langsung tersebut, maka diperoleh nilai dari sobel test yang dapat memanfaatkan online kalkulator di Daniel soper (2019) yang terlebih dahulu dihitung pada hipotesis keempat dalam gambar dibawah sebagai berikut:



Gambar 2. Uji Sobel Test

Sumber : Data olahan Daniel soper (2025)

Pernyataan Hipotesis keempat adalah Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah yang dimediasi Kepuasan nasabah. Berdasarkan gambar diatas menunjukkan hasil Two-tailed probabiltiy sebesar  $0.00 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan variabel kepuasan nasabah dapat memediasi variabel Kualitas pelayanan mobile banking terhadap Loyalitas nasabah. Maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis keempat bahwa H4 diterima dan H0 ditolak.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka rangkuman pangaruh langsung dan tidak langsung dapat dijelaskan pada tabel dibawah yaitu sebagai berikut:

**Tabel 12. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis**

| Hipot esis | Pengaruh                                                                               | Uji-t | Sig   | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tidak Langsung      | Total Effects           | Hasil    |
|------------|----------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------|-------------------|------------------------------|-------------------------|----------|
| H1         | Kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> (X) terhadap Kepuasan (Z)                     | 9.718 | 0.000 | 0.583             | -                            | -                       | Diterima |
| H2         | Kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> (X) terhadap Kinerja (Y)                      | 6.159 | 0.000 | 0.427             | -                            | -                       | Diterima |
| H3         | Kepuasan (Z) terhadap Kinerja (Y)                                                      | 5.306 | 0.000 | 0.447             | -                            | -                       | Diterima |
| H4         | Kualitas pelayanan <i>mobile banking</i> (X) terhadap Kinerja (Y) melalui Kepuasan (Z) | 4.497 | 0.000 | -                 | $0.583 \times 0.447 = 0.261$ | $0.427 + 0.261 = 0.688$ | Diterima |

*Sumber : hasil olah data SPSS versi 26 (2025)*

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipoteisis pertama diterima dikarenakan Koefisien regresi X sebesar 0,583 memberikan arti bahwa Kualitas pelayanan mobile banking (X) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya Kualitas pelayanan mobile banking Nasabah, maka terjadi peningkatan pada Kepuasan Nasabah sebesar 58.3%. Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan tabel tersebut, untuk Kualitas pelayanan mobile banking (X) dengan Nilai thitung (9.718) > ttabel (1.986) serta nilai signifikannya (0,000) < (0,05) sehingga terbukti bahwa varibel Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah, maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis pertama bahwa H1 diterima dan H0 ditolak

Hasil penelitian ini dapat dibuktikan dari tanggapan responden tentang Kualitas pelayanan mobile banking lebih memilih setuju pada pernyataan pertama dengan pembahasan indikator Efisiensi yang berarti nasabah merasa puas pada pelayanan mobile banking karena sangat efesien digunakan dalam mempermudah aktifitas nasabah bertransaksi. Hal ini mengakibatkan pada tanggapan responden tentang Kepuasan lebih memilih setuju pada pernyataan keempat dengan pembahasan indikator Menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama yang berarti nasabah merasa ingin menggunakan produk mobile banking lain di BRI karena nasabah telah puas dengan pelayanannya.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fernos (2019) dan Rininda et al., (2023) yang juga membuktikan dalam hasil penelitiannya bahwa Kualitas pelayanan mobile banking

berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini berarti dengan adanya peningkatan pada Kualitas pelayanan mobile banking dapat juga meningkatkan Kepuasan nasabah.

## **2. Pengaruh kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua diterima dikarenakan Koefisien regresi X sebesar 0,427 memberikan arti bahwa Kualitas pelayanan mobile banking (X) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya Kualitas pelayanan mobile banking Nasabah, maka terjadi peningkatan pada Loyalitas nasabah sebesar 42.7%. Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan tabel tersebut, untuk Kualitas pelayanan mobile banking (X) dengan Nilai thitung (6.159) > ttabel (1.986) serta nilai signifikannya (0,000) < (0,05) sehingga terbukti bahwa variabel Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah, maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis kedua bahwa H2 diterima dan H0 ditolak

Hasil penelitian ini dapat dibuktikan dari tanggapan responden tentang Kualitas pelayanan mobile banking lebih memilih setuju pada pernyataan pertama dengan pembahasan indikator Efisiensi yang berarti nasabah merasa puas pada pelayanan mobile banking karena sangat efisien digunakan dalam mempermudah aktifitas nasabah bertransaksi. Hal ini mengakibatkan pada tanggapan responden tentang Loyalitas nasabah lebih memilih setuju pada pernyataan kedua dengan pembahasan indikator Biaya Pengalihan yang berarti nasabah tetap memilih pelayanan yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa jika ada perubahan biaya. Berdasarkan penjelasan tersebut, apabila Kualitas pelayanan mobile banking meningkat dari segi indikator Efisiensi sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah yang ditinjau dari segi indikator Biaya Pengalihan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurhaliza et al., (2025) Astuti et al., (2020) yang juga membuktikan dalam hasil penelitiannya bahwa Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah BTN Syariah. Hal ini berarti dengan adanya peningkatan pada Kualitas pelayanan mobile banking dapat juga meningkatkan Loyalitas nasabah.

## **3. Pengaruh Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga diterima dikarenakan Koefisien regresi Z sebesar 0,447 memberikan arti bahwa Kepuasan (Z) berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Y). Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya Kepuasan Nasabah maka akan terjadi peningkatan Loyalitas nasabah sebesar 44.7%. Kepuasan (Z) dengan Nilai thitung (5.306) > ttabel (1.986) serta nilai signifikannya (0,000) < (0,05) terbukti bahwa variabel Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah, maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis ketiga bahwa H3 diterima dan H0 ditolak.

Hasil penelitian ini dapat dibuktikan dari tanggapan responden tentang Kepuasan lebih memilih setuju pada pernyataan keempat dengan pembahasan indikator Menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama yang berarti nasabah merasa ingin menggunakan produk mobile banking lain di BRI karena nasabah telah puas dengan pelayanannya. Hal ini mengakibatkan pada tanggapan responden tentang Loyalitas nasabah lebih memilih setuju pada pernyataan kedua dengan pembahasan indikator Biaya Pengalihan yang berarti nasabah tetap memilih pelayanan yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa jika ada perubahan biaya. Berdasarkan penjelasan tersebut, apabila Kepuasan meningkat yang ditinjau dari segi

indikator Menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama maka dapat meningkatkan Loyalitas nasabah yang ditinjau dari segi indikator Biaya Pengalihan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismulyaty et al., (2022) dan Triyanti (2021) dalam hasil penelitiannya juga membuktikan bahwa Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah. Hal ini berarti dengan adanya kepuasan nasabah dengan kondisi perusahaan, maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah.

#### **4. Pengaruh Kualitas pelayanan mobile banking berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah melalui Kepuasan**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis keempat diterima dikarenakan Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ( $b_2 + (b_1 \cdot b_3)$ ) sebesar 0.688. Hal ini diartikan bahwa kualitas pelayanan mobile banking dapat meningkatkan kinerja dengan dimediasi kepuasan nasabah sebesar 68.8%. Maka dapat disimpulkan dengan menggunakan variabel intervening, dapat meningkatkan pengaruh variabel independen terhadap dependen lebih besar 68.8% dibandingkan tidak menggunakan variabel intervening hanya sebesar 42.7%. Hasil Two-tailed probability sebesar  $0.00 < 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan variabel kepuasan nasabah dapat memediasi variabel Kualitas pelayanan mobile banking terhadap Loyalitas nasabah. Maka pada tingkat kekeliruan 5% dinyatakan untuk hipotesis keempat bahwa H4 diterima dan H0 ditolak.

Hasil penelitian ini dapat dibuktikan dari tanggapan responden tentang Kualitas pelayanan mobile banking lebih memilih setuju pada pernyataan pertama dengan pembahasan indikator Efisiensi yang berarti nasabah merasa puas pada pelayanan mobile banking karena sangat efisien digunakan dalam mempermudah aktifitas nasabah bertransaksi serta pada tanggapan responden tentang Kepuasan lebih memilih setuju pada pernyataan keempat dengan pembahasan indikator Menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama yang berarti nasabah merasa ingin menggunakan produk mobile banking lain di BRI karena nasabah telah puas dengan pelayanannya. Hal ini mengakibatkan pada tanggapan responden tentang Loyalitas nasabah lebih memilih setuju pada pernyataan kedua dengan pembahasan indikator Biaya Pengalihan yang berarti nasabah tetap memilih pelayanan yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa jika ada perubahan biaya. Berdasarkan penjelasan tersebut, apabila Kualitas pelayanan mobile banking meningkat dari tinjauan indikator Efisiensi maka dapat meningkatkan Loyalitas nasabah yang ditinjau dari segi indikator Biaya Pengalihan dengan melalui Kepuasan yang ditinjau dari segi indikator Menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akob & Sukarno (2022) dalam penelitiannya membuktikan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BUMN melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi.

## **Kesimpulan dan Saran**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis secara parsial (uji-t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen, yaitu Kualitas pelayanan mobile banking (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Z) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa, maka dinyatakan hipotesis pertama diterima.
2. Berdasarkan analisis secara parsial (uji-t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen, yaitu Kualitas pelayanan mobile banking (X) berpengaruh positif dan signifikan

terhadap Loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa, maka dinyatakan hipotesis kedua diterima

3. Berdasarkan analisis secara parsial (uji-t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen, yaitu Kepuasan (Z), berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Y) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa, maka dinyatakan hipotesis ketiga diterima.
4. Berdasarkan Uji Sobel, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen, yaitu Kualitas pelayanan mobile banking (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Y) melalui Kepuasan (Z) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa, maka dinyatakan hipotesis keempat diterima.

### **Saran**

Rekomendasi berikut dibuat sehubungan dengan temuan penelitian ini :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti dengan variabel-variabel lain di luar variabel yang telah diteliti ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariasi yang dapat berpengaruh terhadap Loyalitas nasabah
2. Bagi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Sungguminasa, sebaiknya perusahaan harus mampu memperhatikan nasabahnya dengan meningkatkan pendekatan yang bertujuan untuk mempengaruhi para nasabah dalam loyalitasnya terhadap produk. Dalam mengetahui loyalitas nasabah, bank dapat memperhatikan Kualitas Layanan mobile banking dengan meningkatkan produk dari segi Efisiensi, Reliabilitas, Fulfillment, Privasi dan Keamanan, Daya Tanggap, Kompensasi, dan Kontak. Pada kepuasan, bank juga dapat memperhatikan nasabah yang ditinjau dari segi Penggunaan kembali, Merekomendasikan, Tidak beralih merek, Menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama, dan Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan.
3. Bagi pihak lain, sebaiknya dapat melihat bagaimana loyalitas nasabah yang dapat dilihat dari segi Kepercayaan, Emotion commitment, Switching cost, Word of mouth, dan Cooperation

### **Daftar Pustaka**

- Ahmadi, M. A. (2024). Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro (JMPKN)*, 7(1), 15–25.
- Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi Dan Entrepreneurship*, 11(2), 269–283.
- Amalia, P., & Hastriana, A. Z. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemudahan Keamanan, dan Fitur M-Banking terhadap Kepuasan Nasabah dalam Bertransaksi pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus BSI KCP Sumenep). *Journal of Islamic Economics (Alkasb)*, 1(1), 70–89.
- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 19(3), 134–158.
- Dantsoho, M. A., Ringim, K. J., Hasnan, N., & Kura, K. M. (2021). Moderating Role of Bank Reputation on the Relationship between Artificial Intelligence (AI) Quality, Satisfaction and Continuous Usage Intention of e-Banking Services. *Central Asia and the Caucasus*, 22(5).
- Datta, P., & Rana, A. (2020). Security and Issues of M-Banking: A Technical Report. *Infocom Technologies and Optimization (Trends and Future Directions) (ICRITO)*, 8, 1115–1118.
- Fernos, J., & Gietricen, G. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking Pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pundi*, 03(02), 137–

150. <https://doi.org/10.31575/jp.v3v2.157>
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 25*.
- Ismulyaty, S., Nurmaini, & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalirejo). *Jurnal Nisbah*, 8(1), 66–75.
- Kim, L., Jindabot, T., & Fern, S. (2024). Understanding customer loyalty in banking industry : A systematic review and meta analysis. *Heliyon*, 10(17), e36619. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36619>
- Marginingsih, R. (2023). Kualitas Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI (Studi Pada Pengguna BRI Mobile di Kota Depok). *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 24–31.
- Monferrer, D., Moliner, M. A., & Estrada, M. (2026). Increasing customer loyalty through customer engagement in the retail banking industry. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 23(3), 461–484. <https://doi.org/10.1108/SJME-07-2019-0042>
- Mostafa, R. B. (2020). Mobile banking service quality : a new avenue for customer value. *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1107–1132. <https://doi.org/10.1108/IJBM-11-2019-0421>
- Nurdin, N., Musyawarah, I., Nurfitriani, N., & Jalil, A. (2020). Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu). *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 2(1), 87–104. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>
- Nurhaliza, A., Srisusilawati, P., & Yusup, A. (2025). Kualitas Layanan Mobile banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BTN Syariah. *Jurnal Riset Perbankan Syariah (JRPS)*, 4(2), 163–172.
- Rahardjo, I. P., & Darma, E. S. (2025). Digital service quality and mobile banking continuity as drivers of loyalty and bank reputation. *Journal of Accounting and Investment*, 26(2). <https://doi.org/10.18196/jai.v26i2.26102>
- Rininda, B. P., Nurmalina, R., & Diayanti, I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 7(2), 2023.
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan). *Metode Penelitian Pendidikan*.
- Susanti, S., Fasa, M. I., & Fachri, A. (2022). Analisis Kualitas Layanan Mobile Banking dan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Nasabah. *Indonesian Journal of Accounting and Business*, 3(1), 13–27. <https://doi.org/10.33019/ijab.v3i1.5>
- Triyanti, D., Kaban, R. F., & Iqbal, M. (2021). Peran Layanan Mobile Banking Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis*, 2(1).