CASH Jurnal Ekonomi dan Bisnis
Yayasan Paramarta Akademika Indonesia
P-ISSN XXXX, E-ISSN XXXX

# Pengaruh Kepercayaan Digital, Keamanan Sistem, Dan Kemudahan Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

***ABSTRACT*** *- This study aims to analyze the influence of digital trust, system security, and application ease on customer loyalty in Islamic banks. The research method used is a quantitative approach with data collection techniques through distributing questionnaires to Islamic bank customers who actively use mobile banking applications. The data obtained were analyzed using multiple linear regression analysis to test the influence of each independent variable on customer loyalty. The results show that digital trust, system security, and application ease have a positive and significant effect on customer loyalty in Islamic banks, both partially and simultaneously. Digital trust is an important factor in building long-term relationships between banks and customers, while system security can increase the sense of security in transactions. In addition, application ease provides a better user experience, thus encouraging customers to continue using Islamic banking services. The findings of this study imply that Islamic banks need to continuously improve the quality of digital services by strengthening system security, increasing customer trust, and developing user-friendly applications to maintain and enhance customer loyalty.*

**ABSTRAK** - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah bank syariah yang aktif menggunakan aplikasi mobile banking. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah, baik secara parsial maupun simultan. Kepercayaan digital menjadi faktor penting dalam membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah, sementara keamanan sistem mampu meningkatkan rasa aman dalam bertransaksi. Selain itu, kemudahan aplikasi memberikan pengalaman penggunaan yang lebih baik sehingga mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan bank syariah. Temuan penelitian ini memberikan implikasi bahwa bank syariah perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital melalui penguatan keamanan sistem, peningkatan kepercayaan nasabah, serta pengembangan aplikasi yang mudah digunakan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

**Author**
[1] **Cut Tari**, Universitas Al-Azhar Medan, Indonesia
[2] **Indri Agustin Dalimunthe**, Universitas Al-Azhar Medan, Indonesia
[3] **Hotimah Saragih**, Universitas Al-Azhar Medan, Indonesia
[4] **Rani Yuwanti Saragih**, Universitas Al-Azhar Medan, Indonesia

*[*1]Corresponding email:* cut93864@gmail.com

**Article History**
Submitted: 17 Juli 2026
Revised: 23 Juli 2026
Accepted: 29 Jlii 2026
Published: 29 Juli 2026

**Keywords**
Kepercayaan Digital; Keamanan System; Kemudahan Aplikasi; Loyalitas Nasabah; Bank Syariah

## PENDAHULUAN

Transformasi digital telah menjadi salah satu strategi utama dalam pengembangan industri perbankan, termasuk perbankan syariah. Perkembangan teknologi informasi dan meningkatnya penggunaan internet mendorong bank syariah untuk menghadirkan layanan digital seperti mobile banking dan digital banking guna memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi transaksi bagi nasabah. Kehadiran layanan digital tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan, tetapi juga menjadi sarana penting dalam mempertahankan daya saing dan membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah (Alalwan et al., 2023).

Keberhasilan layanan digital sangat dipengaruhi oleh kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi. Kepercayaan digital mencerminkan keyakinan nasabah terhadap keandalan layanan yang diberikan bank, sementara keamanan sistem berkaitan dengan perlindungan data dan transaksi dari berbagai risiko siber. Selain itu, kemudahan aplikasi menjadi faktor penting yang memengaruhi kenyamanan pengguna dalam bertransaksi. Berdasarkan Technology Acceptance Model (TAM), semakin mudah suatu teknologi digunakan, semakin tinggi tingkat penerimaan pengguna terhadap teknologi tersebut (Davis, 1989). Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa kepercayaan, keamanan, dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan layanan digital perbankan (Aji et al., 2022; Sharma et al., 2022).

Loyalitas nasabah merupakan salah satu aset penting bagi keberlangsungan bank syariah. Nasabah yang loyal tidak hanya melakukan penggunaan layanan secara berulang, tetapi juga memiliki komitmen untuk tetap menggunakan produk dan jasa bank serta bersedia merekomendasikan layanan kepada orang lain. Loyalitas yang tinggi mampu meningkatkan profitabilitas bank, mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah, serta menciptakan keunggulan kompetitif di tengah persaingan industri perbankan digital. Oleh karena itu, bank syariah perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, terutama pada penggunaan layanan mobile banking.

Research gap dalam penelitian ini terletak pada masih minimnya penelitian yang menguji secara simultan pengaruh kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi terhadap loyalitas nasabah pada konteks perbankan syariah. Padahal, karakteristik perbankan syariah yang menekankan prinsip kepercayaan, transparansi, dan kepatuhan syariah memungkinkan adanya perbedaan perilaku nasabah dibandingkan perbankan konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi terhadap loyalitas nasabah bank syariah serta mengisi kesenjangan penelitian yang masih ada dalam literatur perbankan digital syariah.

Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak dilakukan pada sektor perbankan konvensional maupun perusahaan fintech sehingga hasil penelitian belum sepenuhnya

dapat menggambarkan karakteristik nasabah bank syariah. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang menguji pengaruh kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi secara simultan terhadap loyalitas nasabah bank syariah agar diperoleh bukti empiris yang lebih komprehensif.

Berdasarkan research gap tersebut maka dirumuskan hipotesis penelitian bahwa kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi diduga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun simultan. Penelitian Hendi dan Keni (2023) menunjukkan bahwa keamanan sistem dan kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan digital banking. Sementara itu, Alalwan et al. (2023) menjelaskan bahwa digital trust menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan loyalitas pengguna layanan keuangan digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran serta menjadi masukan praktis bagi perbankan syariah dalam meningkatkan kualitas layanan digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Penelitian dilaksanakan pada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Medan yang aktif menggunakan layanan BSI Mobile. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara langsung maupun menggunakan Google Form kepada responden. Penelitian dilaksanakan pada bulan Mei–Juni 2026. Seluruh data yang diperoleh selanjutnya dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 26.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Medan yang menggunakan aplikasi BSI Mobile. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, sesuai dengan jumlah minimum yang direkomendasikan untuk analisis regresi linear berganda.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Nasabah aktif Bank Syariah Indonesia (BSI).
2. Menggunakan aplikasi BSI Mobile minimal 6 bulan.
3. Berusia minimal 17 tahun.
4. Pernah melakukan transaksi menggunakan BSI Mobile minimal tiga kali dalam satu bulan terakhir.
5. Bersedia mengisi kuesioner secara lengkap.

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima poin, yaitu skor 1 (sangat tidak setuju) sampai skor 5 (sangat setuju). Variabel kepercayaan digital diukur berdasarkan indikator keandalan, integritas, dan kredibilitas layanan digital.

Variabel keamanan sistem diukur melalui indikator perlindungan data, keamanan transaksi, dan kerahasiaan informasi. Variabel kemudahan aplikasi diukur berdasarkan persepsi kemudahan penggunaan, kemudahan memahami fitur, serta kemudahan berinteraksi dengan aplikasi. Sementara itu, variabel loyalitas nasabah diukur melalui indikator penggunaan ulang, komitmen menggunakan layanan, dan kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain. Sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian, seluruh butir pertanyaan terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen layak digunakan dalam pengumpulan data.

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden, uji kualitas instrumen yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, uji simultan (uji F) untuk mengetahui pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama, serta koefisien determinasi ($R^2$) untuk mengetahui besarnya kemampuan variabel kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi dalam menjelaskan variasi loyalitas nasabah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, variabel yang dikaji meliputi kepercayaan digital, keamanan sistem, kemudahan aplikasi, dan loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian ini didasarkan pada Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi berpengaruh terhadap penerimaan teknologi oleh pengguna.

### Kepercayaan Digital dalam Perbankan Syariah

Kepercayaan digital (digital trust) merupakan keyakinan nasabah bahwa layanan digital yang digunakan mampu memberikan layanan yang aman, andal, dan sesuai dengan harapan pengguna. Dalam konteks perbankan syariah, kepercayaan digital menjadi faktor penting Menurut Morgan dan Hunt (1994), kepercayaan merupakan keyakinan seseorang terhadap integritas dan reliabilitas pihak lain dalam suatu hubungan. Dalam konteks digital, konsep tersebut berkembang menjadi digital trust, yaitu keyakinan pengguna bahwa sistem digital mampu memberikan layanan yang aman, dapat diandalkan, dan menjaga kerahasiaan informasi pengguna. karena transaksi dilakukan melalui media elektronik tanpa interaksi langsung antara nasabah dan bank. Alalwan et al. (2023) menjelaskan bahwa kepercayaan digital mencerminkan keyakinan pengguna terhadap kemampuan penyedia layanan dalam menjaga keamanan data, privasi, dan kualitas layanan digital.

Konsep kepercayaan digital didasarkan pada teori kepercayaan dalam lingkungan digital yang menyatakan bahwa hubungan antara pengguna dan penyedia layanan dibangun melalui persepsi positif terhadap sistem yang digunakan. Faktor-faktor yang membentuk kepercayaan digital meliputi integritas, kompetensi, reliabilitas, transparansi, dan keamanan informasi. Integritas berkaitan dengan kejujuran penyedia layanan, kompetensi menunjukkan kemampuan bank dalam menyediakan layanan yang

berkualitas, reliabilitas menggambarkan konsistensi sistem, transparansi berkaitan dengan keterbukaan informasi, sedangkan keamanan informasi mencerminkan kemampuan sistem dalam melindungi data nasabah.

Kepercayaan digital memiliki peran penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan mobile banking dan digital banking. Nasabah yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung lebih sering menggunakan layanan digital dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan bank. Penelitian Andani dan Hidayat (2022) menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Fatikah dan Albanna (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan digital merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi loyalitas nasabah pada layanan perbankan syariah.

Keamanan Sistem

Keamanan sistem merupakan kemampuan sistem informasi dalam melindungi data, informasi, dan transaksi pengguna dari akses yang tidak sah maupun berbagai ancaman siber. Dalam layanan digital perbankan, keamanan sistem menjadi aspek yang sangat penting karena berkaitan langsung dengan perlindungan data pribadi dan keamanan transaksi keuangan nasabah. Menurut Apaua dan Lallie (2022), keamanan sistem merupakan persepsi pengguna mengenai kemampuan aplikasi digital dalam menjaga kerahasiaan dan keamanan informasi selama proses transaksi berlangsung.

Konsep keamanan sistem didasarkan pada teori keamanan informasi yang dikenal dengan model CIA (Confidentiality, Integrity, Availability). Kerahasiaan (confidentiality) berkaitan dengan perlindungan data dari pihak yang tidak berwenang, integritas (integrity) memastikan data tidak mengalami perubahan yang tidak sah, sedangkan ketersediaan (availability) menjamin informasi dapat diakses ketika dibutuhkan. Dalam penelitian ini, indikator keamanan sistem meliputi kerahasiaan, integritas data, autentikasi, otorisasi, privasi, dan perlindungan terhadap ancaman siber.

Keamanan sistem yang baik dapat meningkatkan rasa aman dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan layanan digital banking. Sebaliknya, rendahnya tingkat keamanan dapat menyebabkan kekhawatiran terhadap risiko pencurian data dan penyalahgunaan informasi. Penelitian Tertia dan Nurbasari (2022) menemukan bahwa keamanan sistem berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna mobile banking. Selain itu, Sharma et al. (2022) menunjukkan bahwa keamanan sistem memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui peningkatan kepercayaan terhadap layanan digital.

Indikator keamanan sistem dalam penelitian ini meliputi:

- Kerahasiaan data.
- Integritas informasi.
- Autentikasi pengguna.
- Otorisasi akses.
- Perlindungan terhadap ancaman siber.

Kemudahan Aplikasi

Kemudahan aplikasi (perceived ease of use) merupakan persepsi pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Konsep ini berasal dari Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna. Hakeem dan Ratnasari (2021) menyatakan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi tingkat penerimaan dan penggunaan aplikasi tersebut oleh nasabah.

Menurut Davis (1989), perceived ease of use merupakan tingkat keyakinan seseorang bahwa penggunaan suatu sistem tidak memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu teknologi digunakan maka semakin besar kemungkinan teknologi tersebut diterima dan digunakan secara berkelanjutan oleh pengguna.

Dalam layanan mobile banking, kemudahan aplikasi menjadi faktor penting karena berkaitan dengan kenyamanan pengguna saat melakukan transaksi. Aplikasi yang mudah dipahami dan dioperasikan akan meningkatkan pengalaman pengguna sehingga mendorong penggunaan secara berkelanjutan. Indikator kemudahan aplikasi meliputi mudah dipahami, mudah dipelajari, mudah digunakan, fleksibel, dan efisien dalam membantu pengguna menyelesaikan transaksi.

Kemudahan penggunaan aplikasi berkontribusi terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Nasabah cenderung memilih layanan digital yang memiliki fitur sederhana dan proses transaksi yang tidak rumit. Penelitian Magi et al. (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengguna mobile banking bank syariah. Hasil penelitian Aji et al. (2022) juga menunjukkan bahwa kemudahan aplikasi dapat meningkatkan kepuasan yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas nasabah.

Indikator kemudahan aplikasi meliputi:

1. Mudah dipelajari.
2. Mudah dipahami.
3. Mudah digunakan.
4. Fleksibel.
5. Efisien dalam melakukan transaksi.

Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan suatu perusahaan secara konsisten dalam jangka panjang. Dalam industri perbankan syariah, loyalitas nasabah menjadi aset penting karena dapat meningkatkan profitabilitas, memperkuat hubungan jangka panjang, dan menciptakan promosi positif melalui rekomendasi kepada orang lain. Loyalitas nasabah menunjukkan keberhasilan bank dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan melalui layanan yang berkualitas. Menurut Oliver (1999), loyalitas pelanggan merupakan komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian ulang atau menggunakan kembali suatu produk maupun jasa secara konsisten pada masa mendatang meskipun terdapat pengaruh situasional maupun upaya pemasaran dari pesaing.

Loyalitas nasabah terbentuk melalui pengalaman positif yang diperoleh selama menggunakan layanan bank. Nasabah yang merasa puas, percaya, dan nyaman terhadap layanan yang diberikan akan cenderung mempertahankan hubungan dengan bank meskipun terdapat banyak alternatif dari pesaing. Indikator loyalitas nasabah meliputi niat menggunakan kembali, komitmen jangka panjang, rekomendasi kepada orang lain (word of mouth), dan ketahanan terhadap tawaran pesaing.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh kepercayaan digital, keamanan sistem, kemudahan aplikasi, kepuasan, dan kualitas layanan. Fatikah dan Albanna (2022) menemukan bahwa kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna mobile banking syariah. Selain itu, Magi et al. (2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan teknologi juga berkontribusi dalam meningkatkan loyalitas nasabah terhadap layanan digital banking.

Indikator loyalitas nasabah dalam penelitian ini terdiri atas:

1. Niat menggunakan kembali.
2. Komitmen jangka panjang.
3. Kesediaan merekomendasikan kepada orang lain.
4. Tidak mudah berpindah ke bank lain.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini menguji pengaruh kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia.

Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan nasabah aktif Bank Syariah Indonesia KC Medan pengguna aplikasi BSI Mobile. Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26 melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

| Karakteristik | Jumlah | Persentase |
|---|---|---|
| Laki-Laki | 44 | 44% |
| Perempuan | 56 | 56% |

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 56%, sedangkan laki-laki sebanyak 44%. Berdasarkan usia, sebagian besar responden berusia 17–25 tahun. Mayoritas responden berpendidikan sarjana dan telah menggunakan aplikasi BSI Mobile selama lebih dari satu tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menggunakan layanan mobile banking sehingga mampu memberikan penilaian terhadap variabel penelitian.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai Corrected Item Total Correlation lebih besar dari r tabel (0,1966), sehingga seluruh item dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach Alpha pada seluruh variabel lebih besar dari 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 (>0,05), sehingga data penelitian berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) kurang dari 10. Dengan demikian tidak terjadi multikolinearitas.

Berdasarkan uji Glejser diperoleh seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

$$Y = 3{,}112 + 0{,}351X_1 + 0{,}284X_2 + 0{,}307X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital, Keamanan Sistem, dan Kemudahan Aplikasi memiliki arah hubungan positif terhadap Loyalitas Nasabah. Artinya, apabila ketiga variabel independen mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,001 (<0,05) sehingga H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Medan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah terhadap keamanan transaksi, transparansi informasi, dan kualitas layanan digital, maka semakin tinggi loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi BSI Mobile.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Alalwan et al. (2023) yang menyatakan bahwa digital trust merupakan faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan pada layanan digital banking. Selain itu, penelitian Andani dan Hidayat (2022) juga menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pengguna mobile banking.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 (<0,05) sehingga H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Keamanan Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Semakin baik keamanan sistem yang diterapkan, maka semakin tinggi rasa aman pengguna sehingga loyalitas nasabah juga meningkat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Sharma et al. (2022) yang menyatakan bahwa keamanan sistem berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna mobile banking.

Berdasarkan hasil uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) sehingga H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Aplikasi berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Semakin mudah aplikasi digunakan, maka semakin tinggi loyalitas pengguna dalam memanfaatkan layanan mobile banking.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Magi et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pengguna mobile banking.

Berdasarkan hasil uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 (<0,05) sehingga H4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kepercayaan Digital, Keamanan Sistem, dan Kemudahan Aplikasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Hasil koefisien determinasi menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,712. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 71,2% Loyalitas Nasabah dapat dijelaskan oleh Kepercayaan Digital, Keamanan Sistem, dan Kemudahan Aplikasi, sedangkan sisanya sebesar 28,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian

## KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan digital, keamanan sistem, dan kemudahan aplikasi merupakan faktor yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Kepercayaan digital menjadi faktor yang paling penting karena mampu membangun keyakinan nasabah untuk terus menggunakan layanan digital secara berkelanjutan. Di sisi lain, keamanan sistem memberikan rasa aman dalam bertransaksi, sedangkan kemudahan aplikasi meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pengguna. Ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk loyalitas nasabah sehingga perlu menjadi perhatian utama dalam pengembangan layanan digital perbankan syariah.

Bank syariah perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital dengan memperkuat keamanan sistem, menjaga keandalan dan transparansi layanan, serta mengembangkan aplikasi yang mudah digunakan dan sesuai dengan kebutuhan nasabah. Selain itu, evaluasi dan inovasi layanan digital secara berkelanjutan penting dilakukan agar mampu meningkatkan kepuasan dan mempertahankan loyalitas nasabah di tengah perkembangan teknologi dan persaingan industri perbankan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti kepuasan nasabah, kualitas layanan elektronik, atau kualitas pengalaman pengguna (user experience), serta menggunakan cakupan sampel yang lebih luas agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

## REFERENSI


Aji, H. M., Berakon, I., & Riza, A. F. (2022). The effects of e-service quality and ease of use on customer loyalty in Islamic banking mobile applications. Banks and Bank Systems, 17(2), 95–107. https://doi.org/10.21511/bbs.17(2).2022.08

Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Williams, M. D. (2023). Digital trust and customer behavior in banking services. Journal of Retailing and Consumer Services, 73, 103327. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103327

Andani, A. D., & Hidayat, F. (2022). The effect of satisfaction, trust and continuance intention on mobile banking user loyalty. AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking, 4(1), 1–18. https://doi.org/10.21580/al-arbah.2022.4.1.14661

Apaua, R., & Lallie, H. S. (2022). Measuring user perceived security of mobile banking applications. International Journal of Information Security and Privacy, 16(1), 1–22. https://doi.org/10.4018/IJISP.290031

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008

Fatikah, B. H., & Albanna, H. (2022). The influence of e-servqual and e-trust on e-loyalty: The role of e-satisfaction as an intervening variable on Islamic mobile banking

customers. Journal of Business Management and Islamic Banking, 1(1), 87–102. https://doi.org/10.14421/jbmib.2022.011-08

Hakeem, G., & Ratnasari, R. T. (2021). The impact of perceived ease of use on Islamic commercial banks' m-banking applications intervened by trust. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, 8(6), 696–705. https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp696-705

Magi, B. I., Halim, A. A., & Setiawan. (2023). Pengaruh model penerimaan teknologi terhadap loyalitas penggunaan mobile banking oleh nasabah bank syariah di Kota Bandung. MAPS (Manajemen Perbankan Syariah), 7(1), 1–13. https://doi.org/10.32627/maps.v7i1.810

Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. Journal of Marketing, 58(3), 20–38. https://doi.org/10.1177/002224299405800302

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? Journal of Marketing, 63(Special Issue), 33–44. https://doi.org/10.1177/00222429990634S105

Sharma, S. K., Singh, G., & Sharma, M. (2022). Security, trust, and customer loyalty in mobile banking services. Journal of Financial Services Marketing, 27(4), 289–304. https://doi.org/10.1057/s41264-021-00118-6

Tertia, S., & Nurbasari, A. (2022). Perceived ease of utilization, usefulness, security, and trust in mobile banking. Economics and Business Quarterly Reviews, 5(2), 1–8. https://doi.org/10.31014/aior.1992.05.02.430