

**ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*(TAM)
PADA TRANSAKSI *CARDLESS* BANK SYARIAH INDONESIA
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh :

RISMA MAUNAZAH
NIM. 18.52.31.110

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

2022

ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*(TAM)
PADA TRANSAKSI *CARDLESS* BANK SYARIAH INDONESIA
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING

SKRIPSI

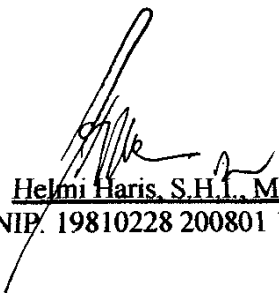
Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

Risma Maunazah
NIM. 18.52.31.110

Surakarta, 24 Oktober 2022

Disetujui Dan Disepakati Oleh:
Dosen Pembimbing Skripsi


Helmi Haris, S.H., M.S.I
NIP. 19810228 200801 1 005

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : RISMA MAUNAZAH

NIM : 18.52.31.110

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul “ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) PADA TRANSAKSI *CARDLESS* BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING”.

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima saksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022



Risma Maunazah

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : RISMA MAUNAZAH

NIM : 18.52.31.110

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul “ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM) PADA TRANSAKSI *CARDLESS* BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING”.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data sesuai sampel skripsi tersebut. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima saksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 24 Oktober 2022



Risma Maunazah

Helmi Haris, S.H.I., M.S.I.
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi
Sdr : Risma Maunazah

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Risma Maunazah NIM: 18.52.31.110 yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL* (TAM)
PADA TRANSAKSI *CARDLESS BANK SYARIAH* INDONESIA
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

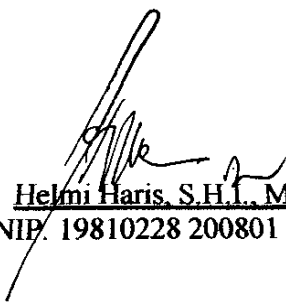
Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Perbankan Syariah.
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022

Dosen Pembimbing Skripsi


Helmi Haris, S.H.I., M.S.I
NIP. 19810228 200801 1 005

PENGESAILAN

**ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)*
PADA TRANSAKSI *CARDLESS* BANK SYARIAH INDONESIA
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN
PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING**

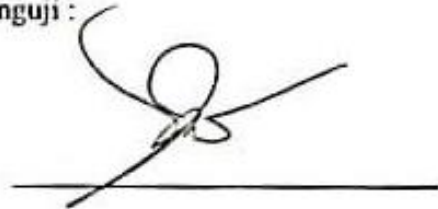
Oleh:

RISMA MAUNAZAH
NIM.18231.110

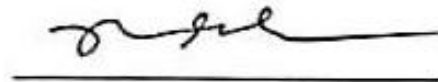
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Senin 7 November 2022 M / 12 Rabiul Akhir 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)
Dr. Agung Abdullah, S.E., M.M.
NIP. 19850301 201403 1 003



Penguji II
Dr. Indah Piliyanti, S.Ag., M.Si.
NIP. 19780318 200912 2 001



Penguji III
Mufti Arief Arfiansyah, M.Ak.
NIP. 19890615 202012 1 006



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta




Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si.
NIP. 19720304 200112 1 004

+

MOTTO

“Rahasia untuk maju adalah memulai”

(Mark Twain)

“Ketakutan adalah penjara bernama kegagalan. Taklukan rasa takut karena sukses
adalah hak pemberani”

(Jefri Al Buchori)

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila engkau telah
selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain)”

(Q.S Al-Insyirah: 6-7)

“Kamu tidak harus menjadi hebat untuk memulai, tetapi kamu harus memulai
untuk menjadi hebat”

(Zig Ziglar)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan rasa syukur

Karya yang sederhana ini untuk :

Orang tuaku, Ibu Lilis yang telah banyak memberikan doa, pengorbanan dan dukungan serta kasih sayang yang tiada henti untukku.

Bapak Saepuddin (Alm) dan ibu Oom Romlihah sebagai kakek dan nenekku yang senantiasa selama ini menjaga dan mendukungku.

Saudara-saudaraku yang baik dan pengertian.

Rian Kurniawan, S.Farm sebagai suamiku yang selalu memberi motivasi, dukungan, suport dan doa.

FEBI dan Almamater Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Suakarta atas kesempatan belajar dan berkarya

ABSTRACT

Cardless is a cash withdrawal transaction without using a card at all, when you make a transaction you only need to remember the pin. This study aims to determine the effect of application benefits, user convenience, user intentions and user satisfaction on customer loyalty in using cardless transactions.

The method used is a quantitative approach, with the number of samples used is 100 respondents who use cardless services for customers of Bank Syariah Indonesia. Data collection techniques using a questionnaire with data analysis using SPSS version 22.0 software. The results of the analysis used in this study is the analysis of the Interaction Test (Moderated Regression Analysis / MRA).

The results of the study prove that application benefits, user intentions and user satisfaction affect customer loyalty in using cardless transactions, while user convenience does not affect customer loyalty in using cardless transactions, and application benefits, user convenience affects loyalty in using cardless transactions with customer satisfaction. user as a moderating variable while user intention has no effect on customer loyalty in using cardless transactions with user satisfaction as a moderating variable.

Keywords: *cardless transactions, application benefits, user convenience, user intentions, user satisfaction, customer loyalty.*

ABSTRAK

Cardless merupakan transaksi tarik tunai tanpa menggunakan kartu sama sekali, saat melakukan transaksi yang dibutuhkan hanya mengingat pin. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manfaat aplikasi, kemudahan pengguna, intensi pengguna dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

Metode yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, dengan jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden yang menggunakan layanan *cardless* pada nasabah Bank Syariah Indonesia. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan analisis data menggunakan *software* SPSS versi 22.0. Hasil analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis / MRA*).

Hasil penelitian membuktikan bahwa manfaat aplikasi, intensi pengguna dan kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*, sedangkan kemudahan pengguna tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*, dan manfaat aplikasi, kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas dalam menggunakan transaksi *cardless* nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating sedangkan intensi pengguna tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating.

Kata kunci : transaksi *cardless*, manfaat aplikasi, kemudahan pengguna, intensi pengguna, kepuasan pengguna, loyalitas nasabah.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Transaksi *Cardless* Bank Syariah Indonesia Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata (S1) Program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan dorongan, dari berbagai pihak yang ada dalam bentuk pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, atas segala kesempatan, perlindungan, dan pertolongan.
2. Prof. Dr. Mudofir. S.A.g., M.pd., selaku rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
3. Dr. Mohammad Rahmawan Arifin. S.E., M.Si., selaku Dekan Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
4. Budi Sukardi, S.E.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Taufiq Wijaya, S.H.I., M.S.I. Selaku Dosen Pembimbing Akademik.

6. Helmi Haris, S.H.I., M.S.I. selaku Dosen pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak bimbingan selama penulisan menyusun skripsi.
7. Dosen penguji selaku Dosen penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan bantuan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
8. Bapak/Ibu dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, atas ilmu dan motivasi yang bermanfaat bagi penulis.
9. Ibu, Bapak dan Keluargaku tercinta terimakasih atas doa, cinta dan kasih sayang serta dukungan dan pengorbanan yang tak pernah ada habisnya.
10. Terimakasih kepada Rian Kurniawan, S.Farm sebagai suami dari penulis yang selalu memberi motivasi, dukungan, suport dan doa.
11. Sahabat-sahabat saya dari semester pertama hingga sampai saat ini terutama Neti ismaya, Nurul Novita Rahayu, Rahmawati Sofia Nur Astuti, dan Novita Dwi lestari. Atas persaudaraan, kebersamaan, dukungan, perkuliahan, dan menerima segala keluh kesahku.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 24 Oktober 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN SURAT BUKAN PLAGIASI.....	iii
HALAMAN SURAT TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQSAH.....	vi
MOTO.....	vii
PERSEMBAHAN	viii
<i>ABSTRAK</i>	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB IPENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	8

1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	10
1.7 Jadwal Penelitian	11
1.8 Sistematika Penulisan Skripsi.....	11
 BAB IILANDASAN TEORI	
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Loyalitas Nasabah.....	13
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2.1.3 Fitur <i>Cardless</i>	16
2.1.4 Kepuasan Pengguna.....	18
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan	22
2.3 Kerangka Berfikir	26
2.4 Hipotesis	26
 BAB III METODEDE PENELITIAN	
3.1 Waktu Dan Wilayah Penelitian	33
3.2 Jenis Penelitian	33
3.3 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4 Data Dan Sumber Data	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Variabel Penelitian	37
3.7 Definisi Operasional Variabel	39

3.8 Teknik Analisis Data.....	40
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Penelitian	47
4.1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.2. Deskripsi Penelitian.....	48
4.1.3. Gambaran Umum Responden	48
4.2. Pengujian Dan Hasil Analisis Data	52
4.2.1. Uji Instrumen Penelitian.....	52
4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	56
4.2.3. Hasil Uji Ketetapan Model.....	62
4.2.4. Hasil Uji Hipotesis	64
4.2.5. Analisis Uji Interaksi (<i>Moderated Regression Analisis/MRA</i>)	66
4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	70
BAB V PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	79
5.2. Keterbatasan Penelitian	80
5.3 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil-Hasil Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 4.2 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Reponden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Aplikasi	52
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Pengguna	53
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Intensi Pengguna	54
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna	54
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah	55
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	56
Tabel 4.11 Hasil Uji Statistik <i>Kolmogorov Smirnov</i>	58
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Multikolinearitas	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Park	61
Tabel 4.14 Hasil Uji F (Simultan)	62
Tabel 4.15 Hasil Pengujian R ² (Koefisien Determinasi)	63
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Uji T (Parsial)	64

Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analisis</i> Model 1	67
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analisis</i> Model 2	68
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analisis</i> Model 3	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir Model Penelitian	26
Gambar 4.1 Uji Normalitas Dengan Uji <i>P-Plot</i>	57
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	89
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	96
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian	109
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik	115
Lampiran 6 Hasil Uji Ketepatan Model	118
Lampiran 7 Hasil Uji Interaksi (Moderated Regression Analisis)	119
Lampiran 8 Surat Penelitian	121
Lampiran 9 Riwayat Hidup Peneliti	123

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat, mendorong beberapa sektor perbankan untuk mengikuti langkah teknologi yang semakin canggih. Selain mempengaruhi perkembangan pada era bisnis, teknologi juga dapat mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup manusia. Saat ini teknologi sudah banyak dimanfaatkan sebagai alat aktivitas mereka, khususnya para remaja yang akrab dengan teknologi dan internet. Salah satu contoh yang berkembang akibat penggunaan teknologi dan informasi adalah aktivitas pembayaran secara online (Mutiasari, 2020).

Pemasaran yang menyerang kartu ATM telah berkembang pada era teknologi saat ini, semakin berkembangnya kemajuan teknologi pada kartu ATM yang sekarang telah banyak digunakan oleh masyarakat untuk bertransaksi, mesin elektronik ini adalah salah satu fasilitas yang dioperasikan oleh pelanggan untuk menyetor atau menarik uang tunai dari bank. ATM menyediakan layanan sepanjang waktu dan dipasang di tempat yang nyaman termasuk di area bank atau di luar area bank (Gaikwad, Dhumal, Kadam, & Sutar, 2021).

ATM merupakan perangkat telekomunikasi elektronik yang dapat memungkinkan nasabah pada suatu lembaga keuangan untuk melakukan transaksi keuangan, khususnya pada saat melakukan penarikan tunai tanpa bantuan petugas bank atau teller. (Ejiobih, Oni, Handayani, & Abubakar, 2016).

Saat ini dikarenakan keperluan transaksi untuk uang cash dapat terjadi kapanpun, penggunaan ATM sangat dibutuhkan oleh para nasabah. Upaya untuk meningkatkan layanan pada kartu ATM, yang semula penggunaannya diawali dengan memasukkan kartu ATM. Terkadang penggunaan pada kartu ATM juga memiliki risiko tersendiri karena kemungkinan kartu ATM dapat hilang, atau rusak (Erianto, Maulana, & Anggraini, 2020).

Berdasarkan data bankbsi.co.id tahun 2021, Untuk menjaga pertumbuhan ke depan Bank BSI akan terus meningkatkan kapabilitas digitalnya. Hal ini bisa dilihat dari volume transaksi pada BSI digital yang tumbuh secara signifikan sepanjang triwulan kedua pada tahun 2021. Sampai akhir tahun 2021, BSI telah menargetkan 3 Juta pengguna baru untuk BSI Mobile dan juga target *fee based* yang diperoleh sebesar Rp 532 miliar dari transaksi e-channel. Jumlah pengguna pada BSI Mobile sampai dengan tanggal 17 Agustus sejumlah lebih dari 2,7 juta pengguna atau meningkat 79,4% sejak awal 2021 secara YoY dengan pertumbuhan pengguna aktif yang mencapai lebih dari 1,1 juta nasabah dan meningkat sebanyak 92,5% secara YoY.

Salah satu fitur baru yang ada di *mobile banking* adalah transaksi tarik tunai tanpa kartu (*cardless*). *Cardless* merupakan transaksi tarik tunai tanpa menggunakan kartu sama sekali, pada saat bertransaksi yang diperlukan nasabah hanya perlu mengingat PIN bahkan bisa menggunakan sidik jari yang lebih *personality*. Secara teoritis *Cardless* masih belum banyak yang menggali, akan tetapi saat ini era *cardless* selangkah melampaui era *cashless* (L. Marlina, Mundzir, & Pratama, 2021).

Transaksi dengan menggunakan fitur layanan *cardless* tidak beresiko kehilangan kartu ATM atau antri pada mesin ATM, untuk para pengguna *mobile banking* hanya perlu melewati salah satu tempat yang telah ditentukan. Setelah itu *QR code* yang terpindai langsung akan otomatis memotong saldo dengan sendirinya (L. Marlina et al., 2021).

Fitur *cardless* yang dirilis oleh BSI diberikan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah dalam melakukan transaksi secara aman selama pandemi, sekaligus untuk menjawab tantangan terhadap kemajuan teknologi untuk menghadirkan sistem layanan keuangan Syariah yang modern dan digital. Perkembangan ekonomi dan teknologi pada era digital serta pertumbuhan pada jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia akan menjadi landasan bagi BSI untuk terus melakukan perkembangan dan kemajuan pada fitur layanan BSI *Mobile*.

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

Nasabah juga bisa langsung melakukan transaksi penarikan uang tanpa kartu melalui ATM BSI manapun dengan memilih menu “Tarik Tunai Tanpa Kartu/*Cardless Withdrawal*” pada ATM BSI dan diminta untuk memasukkan kode

OTP/Tarik Tunai. Nasabah juga bisa melakukan transaksi tarik tunai tanpa kartu di semua indomart yang menyediakan layanan transaksi tarik tunai tanpa kartu, dengan menyampaikan kode tarik tunai dan nomor HP yang sudah terdaftar pada aplikasi *mobile banking*. Sementara itu layanan tarik tunai tanpa kartu pada BSI Mobile tidak dikenakan biaya.

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

Salah satu teori mengenai penggunaan sistem informasi yang sering dianggap sangat berpengaruh dan umumnya dapat digunakan untuk menjelaskan tentang penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi *technology acceptance model* (TAM) yang merupakan salah satu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai (*user*) (Yani, Lestari, Amalia, & Puspita, 2018).

Tidak semua masyarakat dengan mudah untuk menerima dan memahami mengenai teknologi yang berbasis internet tersebut. Pengakuan pada tingkat pemahaman dan penerimaan dalam menggunakan layanan yang berbasis internet harus dilakukan supaya dapat mengukur perilaku dari pengguna *Technology Acceptance Model* (TAM) adalah dengan menggunakan salah satu teori yang dapat mengukur dan mengkajisikap para pengguna dalam menerima sistem informasi.

Technology Acceptance Model (TAM) yaitu salah satu model yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana penggunaan suatu teknologi dalam menerima dan menggunakan teknologi yang berkaitan dengan pekerjaan penggunaan. Model TAM berasal dari teori psikologis yang dapat menjelaskan perilaku pengguna teknologi informasi yang berlandaskan pada aspek kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), niat (*intention*), serta hubungan antar perilaku pengguna (*user behavior relationship*) (Irawati, Rimawati, & Pramesti, 2020).

Faktor yang mempengaruhi *Technology Acceptance Model (TAM)* diantaranya persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaan teknologi informasi sebagai salah satu tindakan dalam konteks pengguna teknologi informasi, oleh sebab itu alasan seseorang dalam menentukan manfaat dan kemudahan pengguna dapat menjadikan tindakan orang tersebut mampu menerima penggunaan teknologi informasi (Irawati et al., 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, Iskandar, & Mailany, 2018) yang berjudul “Pengaruh Pengguna Mobile Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Menggunakan *Technology Acceptance Model*” menjelaskan bahwa *ussefulness* (kegunaan) berpengaruh terhadap minat bertransaksi.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Haq, 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna Aplikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Menyatakan bahwa pada penelitiannya menunjukkan kualitas layanan dan kemudahan pengguna aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kemudahan pengguna aplikasi berpengaruh terhadap

loyalitas pelanggan sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi mampu menjadi variabel penguat.

Penelitian yang dilakukan oleh (L. Marlina et al., 2021) yang berjudul “*Cashless* Dan *Cardless* Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoritis Dan Empiris” menjelaskan bahwa perilaku transaksi *cashless* dan *cardless* di Indonesia, berlangsung dalam lima tahun terakhir, yang dilihat dari segi kuantitas transaksi maupun perkembangan literasi. Oleh karena itu, pemahaman masyarakat mengenai transaksi *cashless* dan *cardless* perlu membutuhkan waktu yang panjang dan sosialisasi harus terus di optimalkan.

Fenomena yang terjadi saat ini yaitu, keadaan masyarakat sekitar yang belum memahami tentang kemudahan aplikasi *M-Banking* serta masih banyak masyarakat yang belum menggunakan aplikasi *M-Banking* dalam melakukan transaksi, hanya sebagian kecil masyarakat yang telah menggunakan aplikasi *M-Banking*.

Tasikmalaya dikenal sebagai pusat keagamaan besar di Jawa Barat, yang memiliki lebih dari 1318 pesantren tersebar di penjuru wilayah Tasikmalaya. Tasikmalaya juga memiliki julukan sebagai kota santri yang berada di wilayah Jawa Barat, dengan mayoritas penduduk yang beragama Islam dan memungkinkan para masyarakat akan memilih produk dan jasa yang ada pada bank syariah.

Nasabah pada Bank Syariah Indonesia saat ini telah di hadirkan fitur layanan baru yaitu transaksi *cardless*, dimana transaksi *cardless* merupakan sebuah

transaksi tarik tunai pada mesin ATM tanpa harus memasukan kartu ATM. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui manfaat aplikasi, kemudahan pengguna dan intensi pengguna pada transaksi *cardless* terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang lain terletak pada jenis variabel, dimana dalam penelitian ini penulis menambahkan variabel moderating yaitu kepuasan pengguna dalam kasus yang akan diteliti.

Berdasarkan latar belakang diatas, sehingga penulis tertarik untuk meneliti bagaimanaproses perkembangan perilaku transaksi *cardless* yang di rilis oleh BSI sejak tahun 2021. Oleh karena itu penulis mengangkat tema dengan judul **“ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM)* PADA TRANSAKSI *CARDLESS* BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING”**.

1.2 Identifikasi Masalah

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

1. Fitur *cardless* yang dirilis oleh BSI untuk menjawab kebutuhan para masyarakat dalam bertransaksi secara aman selama pandemi, sekaligus untuk menjawab tantangan zaman untuk menghadirkan sistem layanan keuangan Syariah yang modern dan digital.
2. Transaksi dengan menggunakan fitur layanan *cardless* tidak beresiko kehilangan kartu ATM atau antri pada mesin ATM.

3. Teori yang menyatakan bahwa penggunaan sistem informasi yang sering dianggap sangat berpengaruh dan umumnya dapat digunakan untuk menjawab tentang penerimaan individual terhadap penggunaan sistem informasi *technology acceptance model* (TAM) yang merupakan salah satu model penerimaan sistem informasi yang akan digunakan oleh pemakai.

1.3 Batasan Masalah

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

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

1.4 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh manfaat aplikasiterhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*?

2. Bagaimana pengaruh kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan aplikasi transaksi *cardless*?
3. Bagaimana pengaruh intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*?
4. Bagaimana pengaruh kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*?
5. Bagaimana pengaruh manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating?
6. Bagaimana pengaruh kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating?
7. Bagaimana pengaruh intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating?

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai oleh penulis, antara lain yaitu:

1. Mengetahui pengaruh manfaat aplikasi, kemudahan pengguna, intensi pengguna dan kepuasan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

2. Mengetahui pengaruh manfaat aplikasi, kemudahan pengguna, dan intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang ditinjau dari segi teoritis dan praktis

1. Kegunaan Teoritis

Sesuai dengan tujuan penelitian, maka penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi yang relevan bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi oleh pihak / manajemen bank dalam pengambilan keputusan atau penerapan strategi yang efektif untuk mengatasi suatu permasalahan yang sedang dihadapi.

- b. Bagi Akademisi

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu sumber pengetahuan atau bahan informasi dan pengembangan untuk peneliti selanjutnya terutama dalam hal yang berkaitan dengan transaksi *Cardless*.

- c. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat memberikan kesempatan bagi parapeneliti selanjutnya untuk memperluas penelitian ini.

1.7 Jadwal Penelitian

Terlampir

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas serta menyeluruh mengenai penulisan penelitian, maka dibuat sistematika penelitian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang latar belakang yang dijelaskan secara singkat mengenai Analisis Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Pada Transaksi *Cardless* Bank Syariah Indonesia Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating, Identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, jadwal penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas tentang landasan-landasan teori yang dapat digunakan untuk memperkuat judul penelitian yang diambil oleh peneliti dan masalah yang akan diteliti. Bab ini juga berisi gambaran kerangka pemikiran serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dan Hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional penelitian teknik analisis yang didalamnya menjelaskan tentang uji instrument, uji asumsi klasik, uji ketepatan model.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang gambaran umum pada penelitian analisis data dan pembahasan hasil analisis data.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang berkaitan dengan penelitian yang bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan salah satu konsep penting pada persaingan suatu usaha yang saat ini semakin ketat. Saat ini dengan adanya konsumen yang loyal sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan. Pelanggan loyal yaitu pelanggan yang memiliki kesempatan untuk membeli ulang suatu barang atau jasa dan akan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Loyalitas merupakan suatu perilaku dari setiap unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap suatu barang dan jasa pada setiap perusahaan yang dipilih (Nasri & Hastuti, 2018).

Lovelock dan Jochen (2010:338 dalam (Tiana, Prihatiningrum, & Rifani, 2019) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu kesediaan dari setiap pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berulang-ulang dan lebih baik lagi secara eksklusif dan dengan sukarela merekomendasikannya kepada pihak lain.

Nasabah yang merasa puas dengan adanya suatu teknologi kemudahan pada perbankan, memungkinkan akan kembali untuk menggunakan aplikasi tersebut dimasa depan. Hal ini dapat dikatakan sebagai salah satu konsep formal yang didasari pemikiran dibidang pemasaran. Oleh karena itu keterkaitan antara kepuasan dan loyalitas telah terbukti pada sebagian penelitian dengan hasil

penelitian bahwa ada korelasi yang kuat antara kepuasan dan loyalitas. Pada sektor jasa dalam dunia perbankan menunjukkan bahwa kepuasan merupakan bagian prediktor utamadari loyalitas (Tiana et al., 2019).

2.1.2 *Technology Acceptance Model (TAM)*

Technology Acceptance Model (TAM) diperkenalkan oleh Davis (1989). Metode ini memuat sebuah teori sebagai dasar dalam mempelajari dan memahami perilaku seorang dalam menerima dan menggunakan sebuah sistem informasi. Model TAM ini sendiri mempunyai tujuan untuk dapat menjelaskan faktor inti dari perilaku seseorang terhadap penerimaan dari teknologi informasi tersebut. Konsep TAM ini diharapkan dapat membantu dalam memprediksi sikap dan penerimaan seseorang terhadap teknologi yang baru mereka kenal dan juga dapat memberikan sebuah informasi yang mendasar mengenai faktor-faktor yang menjadi pendorong sikap suatu individu dalam menggunakan teknologi tersebut (Wahidin, Awalludin, & Dennis, 2021).

Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh davis telah menambahkan dua konstruk utama kedalam model *Theory of Reasoned Action (TRA)*. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) dan persepsi kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan dua konstruk utama tersebut yang menentukan penerimaan pengguna terhadap sistem teknologi informasi (Adi & Permana, 2018).

Konstruk-konstruk dari TAM yang belum dimodifikasi terdiri dari lima konstruk utama, diantaranya adalah: (Adi & Permana, 2018)

1. *Perceived Ease Of Use*

Merupakan salah satu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan pada sistem tertentu dapat mengurangi suatu usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Kemudahan (*ease*) artinya tanpa kesulitan atau tidak perlu usaha keras. Persepsi kemudahan (*perceived ease of use*) ini menunjukkan bahwa keyakinan pengguna bahwa sistem teknologi yang digunakan tidak membutuhkan usaha yang besar saat digunakan.

2. *Perceived usefulness*

Merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa suatu sistem tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja atau kinerja pengguna sistem tersebut.

3. *Attitude Toward Using*

Sikap penggunaan artinya mengacu pada perasaan umum seseorang yang menguntungkan atau tidak menguntungkan.

4. *Behavioral Intention To Use*

Niat perilaku penggunaan merupakan suatu tingkatan seseorang mengenai rencananya secara sadar untuk melakukan suatu perilaku di waktu yang akan datang.

5. *Actual Sistem Usage*

Penggunaan sistem yang sesungguhnya merupakan kondisi nyata dari suatu sistem. Seseorang akan merasa puas apabila menggunakan sistem jika orang tersebut menyakini bahwa sistem tersebut mudah digunakan dan akan

meningkatkan produktivitas kinerja mereka yang akan terlihat dari kondisi kondisi nyata pengguna.

2.1.3 Fitur *Cardless*

1. Pengertian Fitur *Cardless*

Cardless merupakan transaksi tarik tunai tanpa menggunakan kartu sama sekali, saat melakukan transaksi yang dibutuhkan hanya mengingat PIN. Transaksi dengan menggunakan *cardless* tidak beresiko kehilangan kartu ATM (L. Marlina et al., 2021).

Cardless adalah layanan teknologi baru yang menawarkan kenyamanan tertinggi bagi semua konsumen, dengan teknologi *smartphone* yang memungkinkan konsumen untuk melakukan penarikan tunai dari rekening mereka sendiri yang menggunakan aplikasi M-banking. Sebagian besar lembaga keuangan melihat ATM tanpa kartu sebagai cara untuk meningkatkan layanan pelanggan melalui teknologi ini dan dapat membantu konsumen menarik uang tunai lebih cepat dan lebih efisien (Phothikitti, 2020).

2. Manfaat Fitur *Cardless*

ATM yang menggunakan kartu saat ini tidak memberikan perlindungan yang memadai, jika seseorang mengamankan kartu debit dan pin nya, akun tersebut masih dapat disalahgunakan. Namun ATM tanpa kartu menawarkan prosedur verifikasi yang lebih kuat untuk menjamin bahwa orang yang benar untuk mengakses akun. Fitur ini menghilangkan rincian jumlah yang dimasukkan ke dalam ATM dan menjamin non penyimpanan data pelanggan di

perangkat seluler dan semua kredensial keuangan penting lainnya yang digunakan pelanggan untuk melakukan transaksi (Nambiar & Bolar, 2022).

3. Langkah-langkah penarikan tunai tanpa kartu / transaksi *cardless*

Penarikan tunai tanpa kartu / transaksi *cardless* tidak hanya bisa dilakukan pada mesin ATM saja, tarik tunai tanpa kartu juga bisa dilakukan di indomart terdekat. Berikut langkah-langkah untuk melakukan tarik tunai pada mesin ATM maupun indomart.

a. Langkah-langkah tarik tunai tanpa kartu pada mesin ATM BSI

- 1) Pilih menu tarik tunai pada aplikasi *mobile banking*
- 2) Pilih menu ATM BSI
- 3) Pilih nominal penarikan
- 4) Masukkan PIN
- 5) Muncul nomor resi yang berisikan kode OTP
- 6) Selanjutnya, datang ke ATM BSI terdekat
- 7) Pilih menu *Cardless Withdrawal* pada tampilan layar ATM
- 8) Masukkan nomor HP dan kode OTP sesuai pada resi *mobile banking*
- 9) Anda telah berhasil melakukan tarik tunai tanpa kartu pada mesin ATM

b. Langkah-langkah tarik tunai tanpa kartu di Indomart

- 1) Pilih menu tarik tunai pada aplikasi *mobile banking*
- 2) Pilih menu Indomart
- 3) Pilih nominal penarikan

- 4) Masukkan PIN
- 5) Muncul nomor resi yang berisikan kode OTP
- 6) Selanjutnya, datang ke Indomart terdekat
- 7) Sampaikan pada kasir Indomart bahwa anda ingin melakukan transaksi *Cashout* atau penarikan tunai tanpa kartu BSI
- 8) Infokan pada kasir kode OTP yang didapat dari mobile banking
- 9) Kasir akan memproses permintaan *cashout*
- 10) Anda telah berhasil melakukan tarik tunai tanpa kartu di Indomart

2.1.4 Kepuasan Pengguna

1. Pengertian Kepuasan Pengguna

Kepuasan menurut kamus Bahasa Indonesia berasal dari kata puas atau merasa senang (hal tersebut yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan, dan sebagainya) kepuasan juga dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang karena mengkonsumsi produk atau jasa. Tingkat kepuasan merupakan salah satu fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Rifa'i, 2019).

Menurut Kotler (2002) dalam (Machmud, 2018) menyatakan bahwa kepuasan pengguna didefinisikan sebagai suatu tingkat perasaan seorang pengguna sebagai hasil perbandingan antara harapan pengguna tersebut dari sebuah produk dengan hasil yang diperoleh secara nyata.

Kepuasan merupakan unsur utama dari upaya untuk mempertahankan konsumen yang telah lama maupun untuk menarik para konsumen yang baru. Bagi suatu perusahaan atau organisasi, kepuasan merupakan pondasi untuk

meraih sasaran yang akan dicapai. Setiap pelanggan yang merasa puas memiliki inisiatif atau kecenderungan menciptakan hubungan yang ramah(Pamungkas, 2019).

Definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa jika perasaan seseorang tersebut memenuhi atau bahkan melebihi harapannya maka seseorang tersebut dapat dikatakan puas.

2. Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan tingkat kepuasan pada konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan, diantaranya: (Indrasari, 2006)

a. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas terhadap hasil dari evaluasi mereka yang menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang mereka dapatkan secara baik atau sesuai dengan yang mereka harapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan merasa kagum terhadap dirinya apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh para pelanggan bukan karena kualitas dari produk akan

tetapi nilai sosial yang membuat para konsumen merasa sangat puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang memiliki kualitas sama akan tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai kepada konsumen yang lebih tinggi.

e. Biaya

Konsumen tidak harus mengeluarkan biaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

3. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Dengan keadaan bisnis yang sering di alami perusahaan saat ini, dimana pada tingkat persaingan yang sangat tinggi dengan diferensiasi produk dan jasa yang begitu beragam, oleh karena itu kepuasan dan loyalitas pelanggan menjadi sangat penting guna meningkatkan keuntungan, agar perusahaan selalu menjaga hubungan baik daengan setiap pelanggannya(Mursid, 2010)

Pengukuran kepuasan pada konsumen merupakan elemen yang sangat penting dalam menyediakan pelayanan yang baik efisien dan relatif.

Pengukuran tingkat konsumen dapat dilakukan dengan cara: (Mursid, 2010)

a. Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang berfokus pada setiap pelanggan akan mempermudah pelayanannya untuk memberikan saran pendapat serta keluhan mereka. Media

yang sering digunakan untuk menerima semua saran dari pelanggan biasanya menggunakan kotak saran yang diletakan di tempat-tempat strategis, akan tetapi metode ini cenderung lebih pasif sehingga sulit untuk mendapatkan gambaran lengkap dari tingkat kepuasan.

b. Survei Kepuasan Pelanggan

Perusahaan tidak dapat menggunakan tingkat keluhan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan yang responsif akan mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja.

c. Pelanggan Bayangan (*ghost shopping*)

Metode ini dilakukan dengan melibatkan beberapa orang (*ghostshopper*) untuk berperan sebagai pelanggan potensial untuk produk perusahaan dan para pesaing. Selanjutnya *ghost shopper* akan menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan pada suatu produk perusahaan pesaing sesuai dengan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

d. Analisis Pelanggan yang Beralih (*lost customer analysis*)

Pihak pada perusahaan akan berusaha menghubungi setiap pelanggannya yang sudah berhenti menjadi pelanggan atau beralih ke perusahaan lain, untuk mendapatkan informasi dalam pengambilan kebijakan selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.2 Hasil Penelitian yang Relevan

Adapun hasil-hasil sebelumnya dari penelitian-penelitian terdahulu mengenai tema yang berkaitan dengan penelitian ini, dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.1

Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun Dan Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Ashsifa, 2020), Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi)	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah: <u>Variabel Independen:</u> Perceived usefulness dan perceived ease of use. <u>Variabel Dependen:</u> Kepuasan pelanggan dan niat penggunaan mobile banking secara berkelanjutan. <u>Variabel Moderating:</u> Privasi dan personalisasi.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: - Perceived usefulness dan perceived ease of use berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. - Privasi berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan - Personalisasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2	(Manurung, 2021)Pengaruh Kualitas Layanan, Perceived Value Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Transaksi Tanpa Kartu Pada Bank Asia Tengah Di Surabaya	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah: <u>Variabel Independen:</u> Kualitas layanan, kepuasan pengguna. <u>Variabel Dependen:</u> Loyalitas.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: - Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi nilai dan kepuasan, - kualitas pelayanan berpengaruh

		<u>Variabel Moderating:</u> persepsi nilai.	positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas - kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.
3	(Crystle Rampen & Sihotang, 2021) Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah: <u>Variabel Independen:</u> Perceived ease of use (PEU), Perceived usefulness (PU), Attitude toward use (ATU), intention to use (IU). <u>Variabel dependen:</u> Usage behavior (UB), dan variabel experience (EX)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: konstruk model TAM berhubungan secara signifikan terhadap pengguna layanan <i>mobile banking</i> .
4	(Wahidin et al., 2021) Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi Bca Mobile Di Karawang Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah: <u>Variabel Independen:</u> Kegunaan (KG) dan Kemudahan pengguna (KP). <u>Variabel Dependen:</u> Penerimaan BCA mobile (PN).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap penerimaan BCA Mobile.
5	(Kurniawati, Arif, & Winarno, 2017) Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology	Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah: <u>Variabel independen:</u> Kemudahan penggunaan (perceived	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : Pengalaman, kompleksitas, kemudahan pengguna dan kegunaan berhubungan secara

	Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi	ease of use), Kegunaan (perceived usefulness), Pengaruh pengalaman (Experience), Kompleksitas (Complexity) dan Gender. <u>Variabel Dependen:</u> Minat penggunaan (behavioral intention to use).	signifikan terhadap kegunaan, kemudahan dan minat menggunakan. Sedangkan gender sebagai variabel eksternal dalam penelitian ini tidak mempunyai pengaruh terhadap kegunaan persepsian dan kemudahan penggunaan.
6	(Tobias-Mamina & Maziriri, 2020) Pemodelan Kesiapan Konsumen Untuk Menggunakan Layanan Perbankan Tanpa Kartu : Integrasi TAM Dan TPB.	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah : <u>Variabel Independen :</u> Perceived Benefit (Manfaat yang dirasakan), Kemudahan Pengguna, Pengaruh Sosial, Risiko Keamanan, Risiko Keuangan, Dan Risiko Kinerja. <u>Variabel Dependen :</u> Kesiapan Menggunakan Layanan Perbankan Tanpa Kartu	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : - Perceived Benefit, Kemudahan Pengguna, dan Pengaruh Sosial berpengaruh positif terhadap kesiapan menggunakan layanan perbankan tanpa kartu - Risiko Keamanan, Risiko Keuangan, Dan Risiko Kinerja secara negatif mempengaruhi kesiapan untuk menggunakan layanan perbankan tanpa kartu
7	(Ali, Parveen, Yaacob, & Zaini, 2021) Sistem Perbankan Tanpa Kartu Di Malaysia: TAM Yang Diperpanjang.	Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah : <u>Variabel Independen :</u> Self-Efficacy (Efikasi Diri), Perceived Risk (Manfaat Resiko), Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan), Dan Perceived Ease Of	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : - Self-Efficacy, Perceived Usefulness, Dan Perceived Ease Of Use Berpengaruh Signifikan Terhadap Intention To Use.

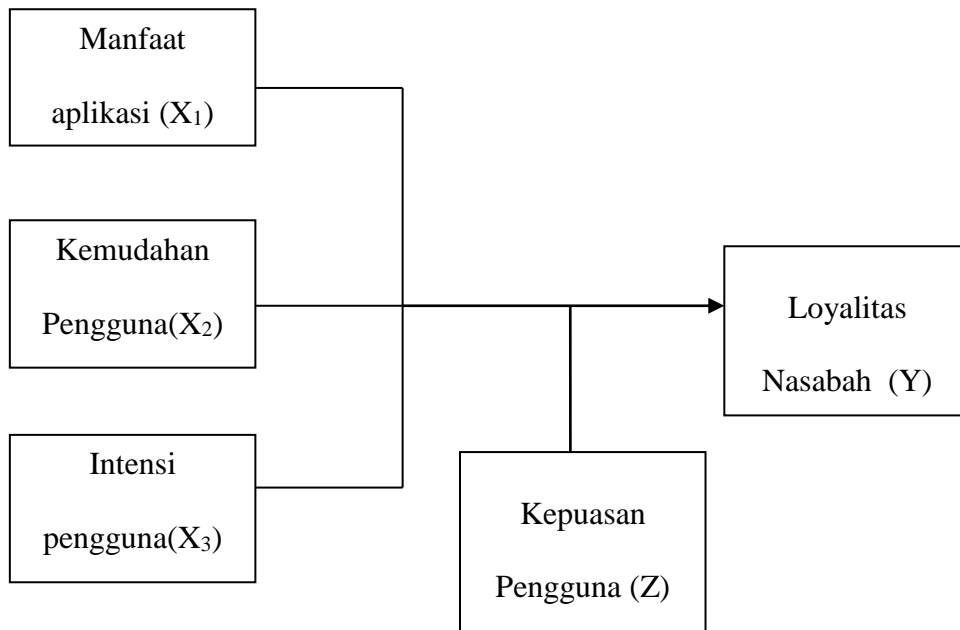
	Use (Persepsi Kemudahan)	- Perceived Risk berpengaruh negatif terhadap Perceived Usefulness dan Intention To Use
	<u>Variabel Dependen</u> : Intention To Use (Niat Menggunakan)	

Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang telah ada sebelumnya terletak pada :

1. Partisipan pada penelitian terdahulu adalah masyarakat yang dijadikan sebagai sampel, sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan partisipan dari nasabah bank syariah indonesia yang memiliki pengalaman bertransaksi pada bank syariah indonesia.
2. Variabel independen pada penelitian terdahulu menggunakan variabel perceived usefulness (persepsi kegunaan), dan perceived ease of use (persepsi kemudahan) dan variabel dependen yang digunakan pada penelitian terdahulu yaitu behavioral intention to use (minat penggunaan). Sedangkan pada penelitian yang sekarang variabel independen menggunakan variabel manfaat aplikasi, kemudahan pengguna, dan intensi pengguna. Variabel yang digunakan pada penelitian sekarang yaitu loyalitas nasabah.
3. Variabel moderating pada penelitian terdahulu menggunakan variabel privasi, personalisasi dan persepsi nilai, sedangkan pada penelitian sekarang variabel moderating menggunakan variabel kepuasan pengguna.

4. Pada penelitian terdahulu menggunakan uji SEM (*structural equation modeling*), sedangkan pada penelitian sekarang menggunakan uji MRA (*moderated regression analysis*).

2.3 Kerangka Berfikir



2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.4.1. Pengaruh Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Manfaat aplikasi merupakan salah satu cara untuk mempercepat pekerjaan karena semua pekerjaan dilakukan secara terorganisir. Menurut (Jagiyanto, 2019:933) dalam (Ernawati & Noersanti, 2020) Persepsi manfaat artinya sejauh

mana seseorang merasa percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Seseorang akan menggunakan suatu teknologi apabila teknologi tersebut dapat memberikan manfaat kepada para pengguna. Jika seseorang merasa percaya bahwa suatu teknologi tersebut berguna maka dia akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila teknologi tersebut kurang berguna maka tidak akan menggunakannya. Seseorang juga akan menggunakan suatu teknologi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya (Ernawati & Noersanti, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ashsifa, 2020) dengan judul “Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi)” menyatakan bahwa *perceived usefulness* atau kegunaan/manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan niat penggunaan secara berkelanjutan.

H₁ : Manfaat aplikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

2.4.2. Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Kemudahan pengguna merupakan seberapa jauh seseorang yakin akan terbatas dari usaha apabila menggunakan teknologi. Menurut (Jogiyanto, 2016:134) dalam (Ernawati & Noersanti, 2020) persepsi kemudahan yaitu suatu kepercayaan terhadap proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan atau tidak sulit untuk

dipahami maka akan menggunakannya. Sebaliknya, apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi tidak mudah digunakan atau sulit dipahami maka orang tersebut tidak akan menggunakannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Haq, 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna Aplikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Menyatakan bahwa pada penelitiannya menunjukkan kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, artinya apabila kemudahan pengguna suatu aplikasi memberikan kemudahan maka pelanggan akan loyal.

H₂ :Kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

2.4.3. Pengaruh Intensi Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Intensi pengguna merupakan keinginan pengguna untuk menggunakan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kemanfaatan sebuah teknologi yang cenderung membuat seseorang untuk menggunakannya. *Continuance intention* terhadap aplikasi keuangan diartikan sebagai tingkat kekuatan terhadap niat individu untuk melakukan pembelian ulang melalui aplikasi seluler dan merupakan proksi dari suatu perilaku pembelian actual dan persepsi individu tentang kemungkinan bahwa mereka akan terlibat dalam perilaku berkelanjutan (Rhamdhani, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rhamdhani, 2020) dengan judul “ Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan *Continuance Intention* Terhadap Loyalitas Pada Pengguna Mobile Banking”. Menyatakan bahwa *Continuance Intention* mampu berperan sebagai prediktor loyalitas nasabah. Artinya dari hasil penelitian ini berkontribusi memberikan implikasi manajerial bahwa pihak penyedia layanan diharapkan dapat lebih meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah ketika mereka menggunakan layanan tersebut, misal dengan memperluas jaringan dan meminimalkan gangguan teknis. Dengan demikian, nasabah akan merasa puas sehingga tercipta loyalitas nasabah.

H₃ : Intensi pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

2.4.4. Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Kepuasan pengguna merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk / jasa layanan yang diterima dengan apa yang diharapkan (A. Marlina, 2018).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Manurung, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Perceived Value Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Transaksi Tanpa Kartu Pada Bank Central Asia (BCA) Di Surabaya”, menyatakan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

H₄ : kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

2.4.5. Pengaruh Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless* Melalui Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating

Manfaat aplikasi merupakan salah satu cara untuk mempercepat pekerjaan karena semua pekerjaan dilakukan secara terorganisir. Menurut (Jagiyanto, 2019:933) dalam (Ernawati & Noersanti, 2020) Persepsi manfaat adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa dalam menggunakan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja pekerjaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sinaga, 2019) dengan judul “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi” Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

H₅ : Manfaat aplikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* melalui kepuasan pengguna sebagai variabel moderating.

2.4.6. Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Tingkat Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless* Melalui Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating

Menurut Davis (1989) dalam (Haq, 2022) kemudahan pengguna artinya sejauh mana seseorang akan merasa percaya ketika menggunakan teknologi yang mudah dan tidak memerlukan banyak usaha. Kemudahan ini juga mengacu pada sebuah pendapat tentang sebuah proses yang mengarah ke hasil akhir. Kemudahan pengguna mengacu pada kemudahan interaksi dengan sistem teknologi, kemudahan pengguna sistem teknologi untuk melakukan tindakan yang diambil, usaha yang diperlukan untuk berinteraksi dengan sistem dan kemudahan pengguna.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Haq, 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna Aplikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berpengaruh langsung kemudahan pengguna terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan ditolak, artinya semakin mudah dalam penggunaan suatu aplikasi tidak memberikan sebuah dampak terhadap loyalitas pelanggan dimasa yang akan datang karena tidak memiliki hasil yang signifikan untuk mempengaruhi pelanggan.

H₆ : Kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* melalui kepuasan pengguna sebagai variabel moderating

2.4.7. Pengaruh Intensi Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Layanan *Cardless* Melalui Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating

Intensi pengguna merupakan niat perilaku penggunaan seseorang mengenai rencananya secara sadar untuk melakukan suatu perilaku di waktu yang akan datang yang telah ditentukan. Intensi pengguna mengacu pada tingkat kekuatan niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu yang dapat digunakan sebagai suatu ukuran kekuatan pada niat seseorang untuk melakukan perilaku tertentu berulang kali (Rhamdhani, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggit, 2021) dengan judul service “Encounter Dan Perceived Value Terhadap Behavioral Intention Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening” menyatakan bahwa Behavioral Intention tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

H₇ : Intensi pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* melalui kepuasan pengguna sebagai variabel moderating

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Wilayah Penelitian

Penelitian ini dimulai dilaksanakan pada Maret 2022, untuk lebih rincinya detail waktu penelitian terlampir di jadwal penelitian. Lokasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kota Tasikmalaya dengan objek nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

Penelitian ini untuk Mengetahui Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Pada Transaksi Cardless Bank Syariah Indonesia Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating.

3.2 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

3.3 Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek / subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Jumlah populasi atau nasabah pengguna *Mobile banking* BSI KC Tasikmalaya sebanyak 3,650 orang. Objek dalam penelitian ini adalah nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah salah satu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2006).

Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut: (Nalendra et al., 2021)

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Diketahui jumlah populasi sebanyak 3,650 orang, maka perhitungan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \times e^2)} \\ &= \frac{3,650}{1 + (3,650 \times 10\%^2)} \\ &= \frac{3,650}{1 + 3,650(0,1)^2} \\ &= \frac{3,650}{1 + 3,650 (0,01)} \\ &= \frac{3,650}{1 + 36,5} \\ &= \frac{3,650}{37,5} \end{aligned}$$

= 97,3% dibulatkan menjadi 100

Maka berdasarkan hasil diatas sampel yang di ambil untuk penelitian ini sebanyak 100 responden dengan taraf kesalahan 10%.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan *sampling purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat / nasabah Bank BSI KC Tasikmalaya. Kriteria yang akan dijadikan subjek dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Nasabah Bank BSI KC Tasikmalaya yang menggunakan layanan *Mobile banking*.
2. Pernah melakukan transaksi *cardless* minimal satu kali.

Teknik pengambilan sampel penelitian, penulis akan menyebar kuesioner (angket) secara langsung dan juga melalui akses *google form* kepada responden dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan yang ada. Kuesioner akan disebarkan ke tempat yang menurut penulis pantas untuk dijadikan subjek penelitian.

3.4 Data Dan Sumber Data

3.4.1 Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama baik dari individu maupun perseorangan yang berada di lokasi penelitian atau pada objek penelitian (Abdullah, 2015).

3.4.2 Data Sekunder

Data Sekunder yaitu data primer yang telah diolah lebih lanjut atau telah disajikan oleh para pihak pengumpul dari data primer atau oleh pihak lain, data sekunder ini dapat digunakan oleh peneliti untuk diproses secara lebih lanjut (Abdullah, 2015).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah kuesioner dan wawancara. Langkah yang dilakukan dengan menyebar kuisisioner (Angket) menggunakan *google form* dan manual atau secara langsung kepada responden. Sedangkan teknik wawancara untuk memberikan penjelasan atau alasan pada hasil analisis data yang tidak berpengaruh.

Teknik kuisisioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada para responden, dengan tujuan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut (Abdullah, 2015). Kuisisioner yang disebarkan kepada responden berisi pertanyaan terkait dengan objek yang akan diteliti.

Di dalam kuisisioner disertakan petunjuk pengisian agar mempermudah reesponden dalam memberikan jawaban. Kuisisioner terdiri dari dua bagian yaitu:

1. Bagian pertama berisi pertanyaan mengenai data pribadi responden yang akan jaga kerahasiaanya.
2. Bagian kedua berisi beberapa indikator untuk menguji variabel penelitian dengan skala Likert.

Model skala *likert* adalah skala penilaian untuk mengukur pendapat, persepsi, atau sikap seseorang atau sekelompok orang dengan memberikan rentang nilai. Setiap pertanyaan tersebut disertai 5 alternatif jawaban yang harus dipilih responden dan setiap jawaban tersebut dinilai dengan angkat seperti berikut:

Sangat Setuju (SS)	diberi skore : 5
Setuju (S)	diberi skore : 4
Netral (N)	diberi skore : 3
Tidak setuju (TS)	diberi skore : 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	diberi skore : 1

3.6 Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu dalam bentuk apa saja yang sudah ditetapkan oleh peneliti agar dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal-hal tersebut, dan kemudian ditarik kesimpulan dari keseluruhannya(Sugiyono, 2017).

Menurut hubungan antar variabel satu dengan variabel lain, maka ada beberapa macam variabel dalam penelitian yang dibedakan menjadi 3 variabel antara lain variabel independen, variabel dependen dan variabel moderating(Sugiyono, 2017).

3.6.1 Variabel Independen

Variabel Independen merupakan variabel stimulus atau prediktor. Dalam bahasa Indonesia bisa disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbul atau berubahnya pada variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Manfaat Aplikasi (X1), Kemudahan Pengguna (X2), dan Intensi Pengguna (X3).

3.6.2 Variabel Dependen

Variabel Dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria konsekuensi. Dalam bahasa Indonesia disebut sebagai variabel terikat. Variabel ini merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel Dependen yaitu Loyalitas (Y).

3.6.3 Variabel Moderating

Variabel Moderating Atau Moderator adalah variabel yang mempengaruhi (memperkuat dan memperlemah) hubungan antar variabel variabel independen dan variabel dependen. Variabel ini sering disebut variabel independen kedua (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini Kepuasan Pengguna yang menjadi variabel moderating atau moderator.

3.7 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel yaitu definisi-definisi yang didasarkan atas sifat-sifat yang didefinisikan dapat diamati dan dilaksanakan oleh peneliti

lain(Radjab & Jam'an, 2015). Guna memberikan gambaran yang jelas mengenai variabel dalam penelitian ini, masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala
1.	Manfaat Aplikasi (X1)	Manfaat aplikasi merupakan salah satu cara untuk mempercepat pekerjaan, karena semua pekerjaan dilakukan secara terorganisir.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempermudah transaksi pembayaran 2. Mempercepat transaksi 3. Memberikan keuntungan 4. Memberikan rasa aman ketika melakukan transaksi(Ernawati & Noersanti, 2020). 	Skala Likert
2.	Kemudahan pengguna(X2)	Kemudahan pengguna merupakan seberapa jauh seseorang yakin akan terbebas dari usaha apabila menggunakan teknologi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah dipahami 2. Mudah digunakan 3. Mudah diingat 4. Mudah untuk menjadi terampil (Widhiani & Idris, 2018) 	Skala Likert
3.	Intensi Pengguna (X3)	Intensi pengguna merupakan keinginan pengguna untuk menggunakan suatu teknologi yang dipengaruhi oleh persepsi kemudahan dan kemanfaatan sebuah teknologi yang cenderung membuat seseorang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketertarikan dalam penggunaan transaksi. 2. Keinginan untuk menggunakan bank yang sama dalam layanan internet 3. Memberikan informasi kepada orang lain terhadap manfaat yang didapat. 4. Keinginan untuk 	Skala Likert

		untuk menggunakannya.	memberi saran kepada bank.	
4.	Kepuasan Pengguna (Z)	Kepuasan pengguna merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk / jasa layanan yang diterima dengan apa yang diharapkan(A. Marlina, 2018).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan tepat 2. Kesesuaian harapan 3. Kepuasan fasilitas 4. Totalitas memberikan layanan. 	Skala <i>Likert</i>
5.	Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas merupakan kesetiaan, pengabdian dan kepercayaan yang diberikan atau ditujukan kepada seseorang atau lembaga yang didalamnya terdapat tanggung jawab untuk berusaha memberikan pelayanan dan perilaku yang terbaik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keinginan untuk terus melakukan sebuah transaksi. 2. Tidak berniat untuk berpindah. 3. Menyukai transaksi tersebut. 4. Merekomendasikan kepada orang lain. 	Skala <i>Likert</i>

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Uji instrumen

Uji instrumen dilakukan untuk memastikan apakah instrumen atau kuesioner dalam penelitian ini benar atau tidak. Kebenaran kuesioner dapat diketahui dengan melakukan uji validitas. Instrumen (kuesioner) dalam penelitian

ini harus handal atau reliabel. Keandalan instrumen dapat diketahui dengan melakukan uji realibilitas instrument.

1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu pengujian yang dilakukan terhadap isi suatu instrument, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian(Sugiyono, 2017). Uji validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat ketepatan setiap indikator dalam variabel tingkat pengetahuan, tingkat religiusitas, dan tingkat pendapatan. Adapun kriteria penilaian dalam uji validitas adalah apabila r hitung $< r$ tabel (pada taraf signifikan = 0,05) maka dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa jauh instrumen pada penelitian dapat dilakukan dan menghasilkan data yang reliabel (konsisten). Pengujian reliabilitas diperlukan untuk mengetahui hasil pengukuran apakah tetap konsisten jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih menggunakan alat ukur yang sama Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Dimana suatu variabel dikatakan reliabel apabila r hitung $> r$ tabel (pada taraf signifikan = 0,05).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memberikan kepastian bahwapersamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak biasa dan konsisten. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinieritas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi variabel pengganggu atau residual normal atau tidak. Untuk menguji apakah variabel pengganggu atau tidak dengan melihat *normal probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif normal. Untuk mengetahui apakah suatu residual berdistribusi normal, dapat diketahui dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov Smirnov*. (Mardiatmoko, 2020).

- a. Jika Sig > 0,05 artinya variabel residual terdistribusi normal
- b. Jika Sig < 0,05 artinya variabel residual tidak terdistribusi normal

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Astuti, 2019). Jika pada model regresi mengandung gejala multikolinearitas maka terjadi korelasi (mendekati sempurna) antar variabel bebas. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factors* (VIF) apabila VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas antar variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut

heteroskedastisitas. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini terdapat dua cara untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain(Astuti, 2019).

a. Scatter plot

Cara ini adalah cara yang tidak formal, akan tetapi dapat digunakan sebagai indikator adanya heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas (titik-titik menyebar) maka tidak terjadi heteroskedastisitas(Astuti, 2019).

b. Uji Park

Uji park merupakan salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas pada data variabel dalam penelitian dengan cara meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat ($\ln U^2_i$). Tujuan dari uji park untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas pada eror. Model reegresi yang baik maka tidak akan terjadi heteroskedastisitas. Tidak terjadi heteroskedastisita, jika nilai signifikansi $> 0,05$. (Mardiatmoko, 2020).

3.8.3. Uji Ketepatan Model

1. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan (Mardiatmoko, 2020). Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dilakatakan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai F_{tabel} dengan nilai F_{hitung} .

hitung. Jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig} > 0,05$ maka kesimpulannya semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen, artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak. Sedangkan Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ atau $\text{Sig} < 0,05$ artinya variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap perubahan nilai variabel dependen, artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel X memberikan kontribusi terhadap Y. Analisis ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen (Mardiatmoko, 2020).

Adjusted R^2 Koefisien determinasi (R^2) mempunyai nilai berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Nilai *adjusted* R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen sangat terbatas. Jika nilai mendekati satu maka variabel independen mampu memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi pada variabel dependen.

3.8.4 Uji Hipotesis

1. Uji statistik t (Parsial)

Uji statistik t (Parsial) digunakan untuk melihat sejauh mana setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara parsial. Jika tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun langkah-langkah pengujian analisis regresi:

Pengujian X terhadap Y

a. Menentukan Hipotesis

H₀ : Artinya tidak terdapat pengaruh X terhadap Y

H_a : Artinya terdapat pengaruh X terhadap Y

b. Menentukan level *significance* (α) = 0,05

c. Keputusan

H₀ Diterima jika probabilitas > 0,05

H₀ Ditolak jika probabilitas < 0,05

Nilai probabilitas diambil dari nilai signifikan pada kolom *coefficient* di model regresi.

3.8.5 Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis* / MRA)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus untuk analisis regresi linear berganda, dimana persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Rahadi, 2021).

Dalam penelitian ini menggunakan metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menganalisis pengaruh variabel moderator pada hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Metode *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan suatu model regresi yang menggunakan variabel moderator (Jenal Alamsah & Ahmad Eko Adi, 2021).

Apabila variabel kepuasan pengguna (Z) merupakan variabel moderator, maka nilai signifikan koefisien b₂ harus lebih kecil dari α (sig.<5%), tetapi jika nilai signifikansi lebih besar dari 5%, maka kepuasan pengguna bukan variabel

moderator. Untuk menganalisis pengaruh variabel moderator dapat di analisis menggunakan aplikasi SPSS 22.0.

Persamaan uji regresi moderating dengan uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) dapat ditulis sebagai berikut:

Persamaan regresi model 1 (MRA)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 Z + e$$

Persamaan regresi model 2 (MRA)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z + \beta_3 X_2 Z + e$$

Persamaan regresi model 3 (MRA)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_3 + \beta_2 Z + \beta_3 X_3 Z + e$$

Keterangan :

- Y = Loyalitas Nasabah
- α = Konstanta
- β = Koefisien Regresi
- X1 = Manfaat Aplikasi
- X2 = Kemudahan Pengguna
- X3 = Intensi Pengguna
- Z = Kepuasan Pengguna
- e = *Error Term*

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Objek penelitian

PT. Bank Syariah Indonesia atau yang disingkat dengan BSI adalah Bank (Perbankan) syariah yang baru didirikan pada tanggal 1 Februari 2021. Bank Syariah Indonesia merupakan penggabungan (*merger*) dari tiga bank yang dimiliki oleh bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah yang dimerger dengan istilah bank syariah indonesia.

Sebelum berubah menjadi Bank Syariah Indonesia, awalnya yaitu Bank Syariah Mandiri merupakan Bank Syariah Di Indonesia yang menyediakan layanan *mobile banking* sejak tahun 2007. Layanan tersebut diberi nama dengan sebutan *mandiri syariah mobile* merupakan aplikasi *financial technology* dari bank syariah mandiri. Layanan ini digunakan untuk transaksi keuangan yang memungkinkan nasabah tidak perlu ke mesin ATM dan mengunjungi ke kantor-kantor cabang.

Bank Syariah Indonesia memiliki keunggulan diantaranya menjamin kepuasan pelanggan, jaminan perlindungan simpanan nasabah, peningkatan kualitas layanan nasabah, kemudahan akses informasi dan jaringan layanan pada perbankan, memberikan penawaran menarik kepada nasabah dan sudah mendapatkan banyak penghargaan.

Bank BSI KC Tasikmalaya memiliki lokasi strategis yang mudah dijangkau oleh para nasabahnya, selain itu Bank BSI KC Tasikmalaya memiliki

jumlah nasabah yang cukup banyak sehingga banyak kegiatan transaksi yang dilakukan. Bank BSI KC Tasikmalaya memiliki kantor cabang yang besar diantara kantor-kantor Bank BSI lainnya yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya.

4.1.2. Deskripsi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jl.Sutisna Senjaya No. 74-75, Kel. Empangsari, Kec. Tawang, Kota Tasikmalaya, Jawa Barat 46113. Penelitian dimulai pada tanggal 12 september sampai 30 september 2022, kemudian penelitian ini diambil dari nasabah bank syariah indonesia yang menggunakan *mobile banking* dan pernah melakukan transaksi *cardless* yang ada pada layanan *mobile banking*. Nasabah mengisi kuesioner melalui *google form* dan kuesioner secara langsung yang diberikan oleh peneliti.

Mayoritas nasabah pada bank syariah indonesia adalah perempuan. Selain itu , responden yang diambil dari bank syariah indonesia harus memenuhi kriteria seperti nasabah yang menggunakan *mobile banking* bank syariah indonesia dan nasabah yang pernah melakukan transaksi tarik tunai tanpa kartu atau transaksi *cardless* pada Bank Syariah Indonesia.

4.1.3. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan responden yang digunakan pada penelitian ini yang memiliki kriteria yaitu nasabah yang menggunakan *mobilebanking* Bank Syariah Indonesia dan nasabah yang pernah melakukan transaksi *cardless* pada layanan *mobile banking* Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan data dari 100 responden nasabah Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya, melalui daftar pertanyaan (kuesioner) didapat kondisi responden berdasarkan usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai karakteristik responden sebagai objek penelitian.

1. Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	17-25 Tahun	71	71%
2.	26-33 Tahun	19	19%
3.	34-40 Tahun	7	7%
4.	41-50 Tahun	3	3%
	Total	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden nasabah pengguna *mobile banking* Bank Syariah Indonesia dan yang pernah melakukan transaksi *cardless* pada Bank Syariah Indonesia paling rendah berusia 41-50 tahun dengan persentase 3%, dan paling tinggi pada usia yang berkisar pada 17-25 tahun dengan persentase 71%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nasabah pengguna *mobile banking* dan yang pernah melakukan transaksi *cardless* pada Bank Syariah Indonesia KC Taikmalaya kebanyakan pada usia 17-25 tahun.

2. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	28	28%
2.	Perempuan	72	72%
	Total	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Dari data yang ditunjukkan, dapat diketahui bahwa responden terendah sebesar 28% ialah laki-laki dengan jumlah 28 responden, sedangkan responden tertinggi sebesar 72% adalah perempuan dengan jumlah 72 responden. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah pengguna *mobile banking* dan yang pernah melakukan transaksi *cardless* pada Bank Syariah Indonesia KC Taikmalaya ialah perempuan.

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	PNS/POLRI/TNI	1	1%
2.	Ibu Rumah Tangga	15	15%
3.	Pegawai Swasta	29	29%
4.	Pelajar/Mahasiswa	34	34%
5.	Lainnya	21	21%
	Total	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai PNS/POLRI/TNI sebanyak 1 orang dengan persentase 1%, responden dengan pekerjaan sebagai Ibu Rumah Tangga sebanyak 15 orang dengan persentase 15%, responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Swasta

sebanyak 29 orang dengan persentase 29%, responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 34 orang dengan persentase 34%, responden dengan pekerjaan yang lainnya sebanyak 21 orang dengan persentase 21%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pekerjaan yang paling banyak sebagai Pelajar/Mahasiswa.

4. Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1.	SD/Sederajat	0	0
2.	SMP/Sederajat	3	3%
3.	SMA/Sederajat	44	44%
4.	Diploma/Sarjana	53	53%
	Total	100	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2022

Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa jumlah responden berdasarkan pendidikan SMP/Sederajat sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, responden berdasarkan dengan pendidikan SMA/Sederajat sebanyak 44 orang dengan persentase 44%, dan responden berdasarkan dengan pendidikan Diploma/Sarjana sebanyak 53 orang dengan persentase 53%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah terbanyak responden ditunjukkan berdasarkan pendidikan Diploma/Sarjana.

4.2 Pengujian dan hasil analisis data

4.2.1 Uji instrumen penelitian

1. Uji Validitas

Pengujian yang dilakukan terhadap isi suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketetapan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2017). Kevalidan dari setiap pertanyaan dapat dilihat pada nilai *corrected item total correlation* (r_{hitung}). Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Nilai yang terdapat pada kolom tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai r_{hitung} , pada signifikan 5% atau 0,05% dengan uji dua sisi dan jumlah data (n) $df=n-2$ maka didapat r_{tabel} . Pada penelitian ini terdapat 100 responden sehingga df yang dicari ialah 98 yaitu 0,1966. Hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut

a. Uji Validitas Manfaat Aplikasi

Validitas Manfaat Aplikasi diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban palingtinggi. Hasil uji validitas manfaat aplikasi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Hasil uji validitas Variabel Manfaat Aplikasi

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
MA1	0,752	0,196	Valid
MA2	0,862	0,196	Valid
MA3	0,845	0,196	Valid
MA4	0,784	0,196	Valid

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari data diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} setiap item pertanyaan variabel manfaat aplikasi 1 sampai 4 nilainya lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga setiap pertanyaan dalam variabel manfaat aplikasi dapat digunakan untuk penelitian.

b. Uji Validitas Kemudahan Pengguna

Validitas Kemudahan Pengguna diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban palingtinggi. Hasil uji validitas Kemudahan Pengguna dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6

Hasil uji validitas Variabel Kemudahan Pengguna

Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
KP1	0,782	0,196	Valid
KP2	0,817	0,196	Valid
KP3	0,786	0,196	Valid
KP4	0,830	0,196	Valid

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari data diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} setiap item pertanyaan variabel Kemudahan Pengguna 1 sampai 4 nilainya lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga setiap pertanyaan dalam kemudahan pengguna dapat digunakan untuk penelitian.

c. Uji Validitas Intensi Pengguna

Validitas Intensi Pengguna diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban palingtinggi. Hasil uji validitas Intensi Pengguna dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7**Hasil uji validitas Variabel Intensi Pengguna**

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
IP1	0,690	0,196	Valid
IP 2	0,809	0,196	Valid
IP 3	0,785	0,196	Valid
IP 4	0,652	0,196	Valid

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari data diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} setiap item pertanyaan variabel Intensi Pengguna 1 sampai 4 nilainya lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga setiap pertanyaan dalam intensi pengguna dapat digunakan untuk penelitian.

d. Uji Validitas Kepuasan Pengguna

Validitas Kepuasan Pengguna diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban palingtinggi. Hasil uji validitas Kepuasan Pengguna dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.8**Hasil uji validitas Variabel Kepuasan Pengguna**

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
KSP1	0,626	0,196	Valid
KSP2	0,866	0,196	Valid
KSP3	0,805	0,196	Valid
KSP4	0,804	0,196	Valid

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari data diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} setiap item pertanyaan variabel Kepuasan Pengguna 1 sampai 4 nilainya lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Sehingga setiap pertanyaan dalam Kepuasan pengguna dapat digunakan untuk penelitian.

e. Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Validitas Loyalitas Nasabah diukur dengan skala *likert*, dimana skor 1 adalah jawaban sangat rendah, dan skor 5 adalah jawaban paling tinggi. Hasil uji validitas Loyalitas Nasabah dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9

Hasil uji validitas Variabel Loyalitas Nasabah

Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
LN1	0,740	0,196	Valid
LN2	0,821	0,196	Valid
LN3	0,775	0,196	Valid
LN4	0,751	0,196	Valid

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari data diatas diketahui bahwa nilai r_{hitung} setiap item pertanyaan variabel Loyalitas Nasabah 1 sampai 4 nilainya lebih besar dari r_{tabel} atau $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga setiap pertanyaan dalam Loyalitas Nasabah dapat digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh instrumen penelitian dapat dilakukan menghasilkan data yang reliabel (konsisten). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronchbach alpha* > 0,70 hasil dari masing-masing instrumen pada penelitian ini adalah reliabel, karena hasil *cronchbach alpha* > 0,70. Hasil dari pengujian reliabel dapat dilihat tabel dibawah ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>CronchbachAlpha</i>	R _{alpha}	Status
Manfaat Aplikasi (X1)	0,826	0,70	Reliabel
Kemudahan Pengguna(X2)	0,815		Reliabel
Intensi Pengguna (X3)	0,719		Reliabel
Kepuasan Pengguna (Z)	0,770		Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,773		Reliabel

Sumber : data primer diolah, 2022

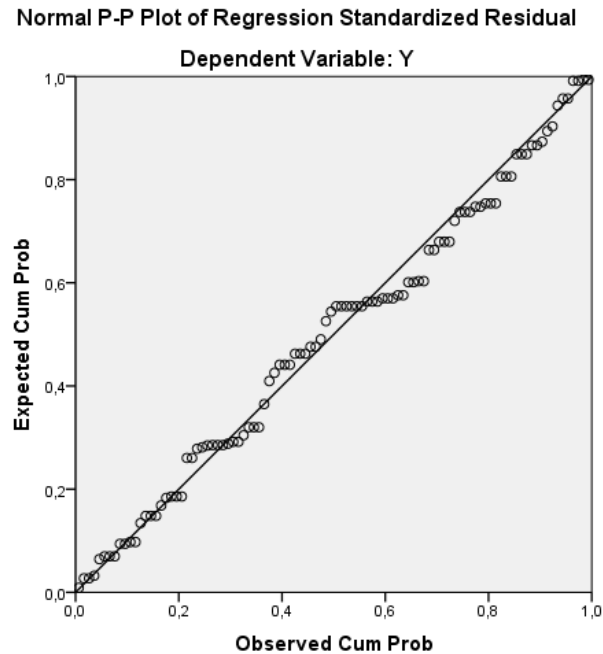
Dari tabel diatas menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid, karena nilai *CronchbachAlpha* lebih besar dari 0,70.

4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi variabel pengganggu atau residual normal atau tidak. Penelitian uji normalitas ini dilihat dari grafik normal P-plot normal, apabila titik mengikuti garis lurus maka dapat dikatakan residual telah mengikuti distribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Berdasarkan pada pengolahan data di SPSS 22.0 terdapat hasil distribusi normal yang ditunjukkan pada grafik sebagai berikut:

Gambar 4.1

Uji Normalitas dengan *Normal P-plot*

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari hasil pengujian tersebut, diketahui bahwa grafik memberikan distribusi normal. Dilihat dari titik-titik yang menyebar mengikuti garis diagonal, maka asumsi memenuhi asumsi normalitas dan distribusi dinyatakan normal. Selain dilihat dari gambar diatas, untuk mengetahui apakah suatu residual berdistribusi normal, dapat diketahui melalui uji statistik *Kolmogorov Smirnov*. Hasilnya dapat diketahui apabila nilai $\text{sig} > 0,05$ maka dikatakan residual berdistribusi normal, begitupun sebaliknya apabila $\text{sig} < 0,05$ maka residual tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.11

Hasil Uji Statistik *Kolmogorof Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23277059
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,087
	Negative	-,105
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,009 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,206
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov* diketahui bahwa nilai signifikansi / nilai Exact $0,206 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan *exact test* dalam melakukan pengujian *Kolmogorov Smirnov*. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) tidak cocok dengan karakteristik data reponden dengan besaran data sebesar 100 reponden. Pada tabel diatas nilai Exact Sig. (2-tailed) lebih akurat untuk data yang besarnya kecil.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Pada

penelitian ini untuk melihat terjadi atau tidaknya multikolinearitas, maka dapat dilihat pada nilai VIF atau *Tolerance*. Apabila nilai *Tolerance* > 0,1 maka terjadi multikolinearitas atau dapat dilihat dari nilai VIF kurang dari 10. Hasil pengujian pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Multikolinearitas

		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.799	3,280		-.244	,808		
	MANFAAT APLIKASI	-.011	,210	-.007	-.053	,958	,545	1,834
	KEMUDAHAN PENGGUNA	-.083	,223	-.056	-.371	,711	,432	2,313
	INTENSI PENGGUNA	-.406	,210	-.258	-1,932	,056	,560	1,784
	KEPUASAN PENGGUNA	,446	,240	,276	1,855	,067	,450	2,224

a. Dependent Variable: LN_RES

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel hasil pengujian tersebut, menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai lebih kecil dari angka 10. Variabel manfaat aplikasi sebesar 1,834, kemudahan pengguna sebesar 2,313, intensi pengguna sebesar 1,784 dan kepuasan pengguna sebesar 2,224. Artinya model regresi pada penelitian ini tidak terjadi korelasi diantara variabel independen dan asumsi bebas pada korelasi pada model terpenuhi.

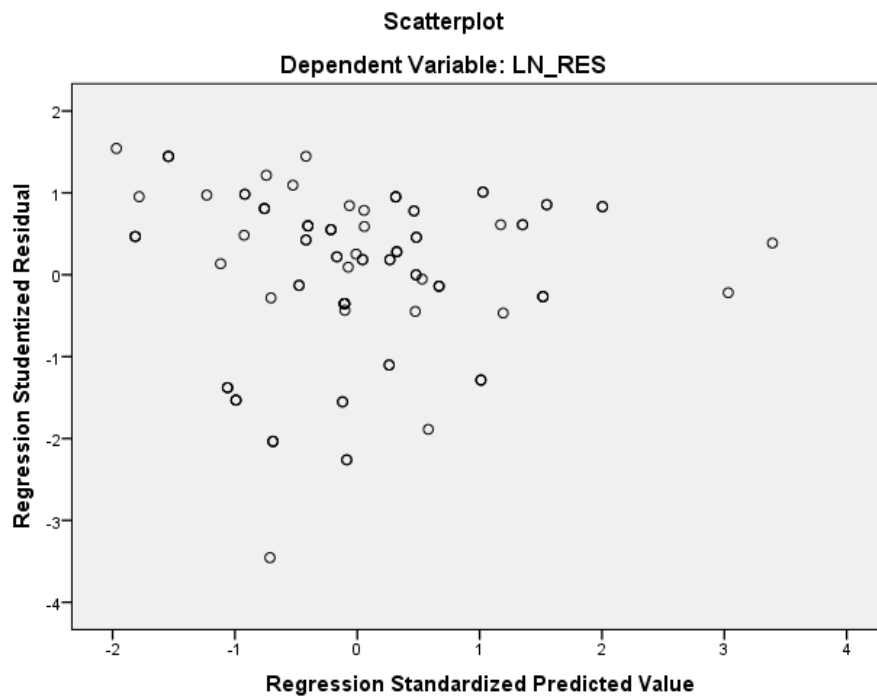
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilihat dari titik-titik yang menyebar pada diagram *scatterplot*. Apabila titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, dapat dilihat pada hasil pengujian *scatterplot* berikut ini:

Gambar 4.2

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Sumber : data primer diolah, 2022

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa persebaran titik-titik berada diatas dan dibawah 0, sehingga dapat dikatakan model penelitian tidak terdapat heteroskedastisitas. Selain uji heteroskedastisitas menggunakan *scatterplot*, untuk mengetahui terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan juga dengan *uji Park*, dasar pengambilan dengan menggunakan *Park* yaitu jika nilai signifikan (sig) antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil *uji Park* pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Park

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.799	3,280		-.244	,808
	MANFAAT APLIKASI	-.011	,210	-.007	-.053	,958
	KEMUDAHAN PENGGUNA	-.083	,223	-.056	-.371	,711
	INTENSI PENGGUNA	-.406	,210	-.258	-1,932	,056
	KEPUASAN PENGGUNA	,446	,240	,276	1,855	,067

a. Dependent Variable: LN_RES

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel yang ditunjukkan diatas, masing-masing variabel memiliki nilai diatas 0,05 yang menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya variabel independen pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3. Uji Ketepatan Model

1. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersamaan. Apabila tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200,547	4	50,137	31,658	,000 ^b
	Residual	150,453	95	1,584		
	Total	351,000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN PENGGUNA, MANFAAT APLIKASI, INTENSI PENGGUNA, KEMUDAHAN PENGGUNA

Sumber : data primer diolah, 2022

Pada tabel anova diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang telah dibuat untuk mengetahui daerah penolakan hipotesis (H_0). Daerah penolakan adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $31,658 > 2,47$. Nilai F_{tabel} diperoleh dari $df_1 = k - 1$ maka, $df_1 = (5 - 1) = 4$ dan $df_2 = n - k$ maka, $df_2 = (100 - 5) = 95$ kemudian dilihat dari tabel F sehingga mendapat F_{tabel} 2,47. Untuk mengetahui uji F, dapat juga dilihat pada nilai signifikansisebesar $0,000 < 0,05$. Artinya variabel independen yang terdiri dari manfaat aplikasi (X1), kemudahan pengguna (X2), intensi pengguna (X3) dan variabel moderating kepuasan pengguna

(Z)secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah terhadap transaksi cardless pada bank syariah indonesia.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai adjusted R^2 Koefisien Determinasi (R^2) mempunyai nilai berkisar antara $0 < R^2 < 1$. Semakin mendekati angka satu maka semakin baik sebuah model dalam menerangkan variabel dependennya. Hasil uji Koefisien Determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil pengujian R^2 (Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,756 ^a	,571	,553	1,258

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PENGGUNA, MANFAAT APLIKASI, INTENSI PENGGUNA, KEMUDAHAN PENGGUNA
 Sumber : data primer diolah, 2022

Dilihat pada kolom *Adjusted R Square* bahwa nilai koefisien determinasi senilai 0,553. Artinya loyalitas nasabah transaksi *cardless* pada bank syariah indonesia (Y) dapat dijelaskan oleh variabel manfaat aplikasi (X1), kemudahan pengguna (X2), intensi pengguna (X3) dan kemudahan pengguna (Z) sebesar 5,53%. Sisanya 4,47% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

4.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk melihat sejauh mana setiap variabel bebas mempengaruhi variabel terikat secara parsial. Jika tingkat probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil pengujian uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,625	1,372		1,184	,239
	MANFAAT APLIKASI	,214	,088	,221	2,430	,017
	KEMUDAHAN PENGGUNA	,081	,093	,089	,868	,387
	INTENSI PENGGUNA	,273	,088	,279	3,106	,003
	KEPUASAN PENGGUNA	,315	,101	,313	3,129	,002

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH
Sumber : data primer diolah, 2022

1. Variabel Manfaat Aplikasi

H_1 : Manfaat aplikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel Manfaat Aplikasi diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,430 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha/2;n-k-1)$ $t = (0,025;96)$ sehingga diperoleh $t_{tabel} 1,985$. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $2,430 > 1,985$ atau $0,017 < 0,05$ artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara Manfaat

Aplikasi terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

2. Variabel Kemudahan Pengguna

H₂ : Kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel kemudahan pengguna diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,868 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha/2;n-k-1) t = (0,025;96)$ sehingga diperoleh $t_{tabel} 1,985$. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $0,868 < 1,985$ atau $0,387 > 0,05$ yang artinya H₂ ditolak dan H₀₂ diterima. Pada penelitian ini tidak terdapat pengaruh antara kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

3. Variabel Intensi Pengguna

H₃ : intensi pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel intensi pengguna diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,106 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha/2;n-k-1) t = (0,025;96)$ sehingga diperoleh $t_{tabel} 1,985$. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $3,106 > 1,985$ atau $0,003 < 0,05$ yang artinya H₃ diterima dan H₀₃ ditolak. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara intensi pengguna terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

4. Kepuasan Pengguna

H₄ : Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel kepuasan pengguna diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,129 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah t(α/2:n-k-1) t = (0,025:96) sehingga diperoleh t_{tabel} 1,985. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu 3,129 > 1,985 atau 0,002 < 0,05 yang artinya H₄ diterima dan H₀ ditolak. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara kepuasan pengguna terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

4.2.5 Analisis Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis/MRA*)

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi merupakan aplikasi khusus untuk analisis regresi linear berganda, dimana persamaan regresinya mengandung unsur interaksi (perkalian dua atau lebih variabel independen) (Rahadi, 2021).

Persamaan uji regresi moderating dengan uji interaksi atau *Moderated Regression Analysis* (MRA) dapat ditulis sebagai berikut:

Persamaan regresi model 1 (MRA)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 Z + \beta_3 X_1 Z + e$$

Persamaan regresi model 2 (MRA)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_2 + \beta_2 Z + \beta_3 X_2 Z + e$$

Persamaan regresi model 3 (MRA)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_3 + \beta_2 Z + \beta_3 X_3 Z + e$$

Keterangan :

Y	=	Loyalitas Nasabah
α	=	Konstanta
β	=	Koefisien Regresi
X1	=	Manfaat Aplikasi
X2	=	Kemudahan Pengguna
X3	=	Intensi Pengguna
Z	=	Kepuasan Pengguna
e	=	Error Term

1. Variabel Manfaat Aplikasi

Tabel 4.17

Hasil Uji Moderated Regression Analysis Model 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34,429	7,040		4,891	,000
	MANFAAT APLIKASI	-1,579	,420	-1,634	-3,756	,000
	KEPUASAN PENGGUNA	-1,466	,438	-1,461	-3,345	,001
	INTERAKSI1	,116	,025	3,463	4,551	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : data primer diolah, 2022

H₅ : mafaat aplikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel Interaksi 1 (interaksi manfaat aplikasi dan kepuasan pengguna) sebesar 4,551 dengan signifikansin 0,000. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} 4,551 lebih

besar dari t_{tabel} 1,661, sedangkan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 5 (H_5) diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat aplikasi (X1) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderator. Artinya kepuasan pengguna mampu berperan sebagai variabel moderating pada pengaruh manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

2. Variabel kemudahan pengguna

Tabel 4.18

Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* Model 2

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,324	6,894		2,803	,006
	KEMUDAHAN PENGGUNA	-,686	,424	-,751	-1,619	,109
	KEPUASAN PENGGUNA	-,442	,426	-,440	-1,037	,302
	INTERAKSI2	,057	,025	1,791	2,250	,027

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : data primer diolah, 2022

H_6 : kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel Interaksi 2 (interaksi kemudahan pengguna dan kepuasan pengguna) sebesar 2,250 dengan

signifikansin 0,027. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,250 lebih besar dari t_{tabel} 1,661, sedangkan nilai signifikansi 0,027 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 6 (H_6) diterima. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kemudahan pengguna (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderator. Artinya kepuasan pengguna mampu berperan sebagai variabel moderating pada pengaruh kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

3. Variabel intensi pengguna

Tabel 4.19

Hasil Uji Moderated Regression Analysis Model 3

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,130	8,783		,470	,639
	INTENSI PENGGUNA	,289	,553	,294	,522	,603
	KEPUASAN PENGGUNA	,402	,504	,400	,797	,428
	INTERAKSI3	,003	,031	,098	,103	,918

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Sumber : data primer diolah, 2022

H_7 : intensi pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel Interaksi 3 (interaksi intensi pengguna dan kepuasan pengguna) sebesar 0,103 dengan

signifikansi 0,918. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} 0,103 lebih kecil dari t_{tabel} 1,661, sedangkan nilai signifikansi 0,918 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 7 (H_7) ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa intensi pengguna (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating. Artinya kepuasan pengguna tidak mampu berperan sebagai variabel moderating pada pengaruh intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

4.3 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.3.1. Pengaruh Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel Manfaat Aplikasi diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,430 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha/2; n-k-1) t = (0,025; 96)$ sehingga diperoleh t_{tabel} 1,985. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $2,430 > 1,985$ atau $0,017 < 0,05$ artinya H_1 diterima dan H_0 ditolak. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara Manfaat Aplikasi terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika suatu aplikasi memiliki manfaat yang besar dan aplikasi tersebut dapat memberikan keuntungan yang relatif, maka aplikasi tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya. Dilihat dari indikator manfaat aplikasi yaitu mempermudah transaksi pembayaran dan mempercepat transaksi bahwa nasabah dapat menerima dan menggunakan

sebuah layanan sistem informasi. Manfaat aplikasi pada transaksi *cardless* yang diberikan oleh pihak bank mampu meningkatkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan pada layanan yang ada pada *mobile banking* masih dianggap sebagai inovasi dalam sistem pembayaran yang ada dan kegunaan yang diberikan kepada nasabah akan terkait erat dengan penerapannya yang nantinya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ashsifa, 2020).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ashsifa, 2020) dengan judul “ Pengaruh *Technology Acceptance Model* (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi)” menyatakan bahwa *perceived usefulness* atau kegunaan/manfaat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan niat penggunaan secara berkelanjutan.

4.3.2. Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardles*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel kemudahan pengguna diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 0,868 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha/2:n-k-1) t = (0,025:96)$ sehingga diperoleh $t_{tabel} 1,985$. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $0,868 < 1,985$ atau $0,387 > 0,05$ yang artinya H_2 ditolak dan H_0 diterima. Pada penelitian ini tidak terdapat pengaruh antara kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* bank syariah indonesia KC Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kemudahan tidak berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas, artinya apabila nasabah merasa mudah dalam menggerakkan teknologi saja belum tentu menjamin loyalitasnya. Hal ini dikarenakan zaman sekarang semua orang sudah pandai mengoperasikan teknologi yang mudah hingga sulit pun bisa sehingga kemudahan tidak menjadi patokan loyalitas nasabah.

Nasabah tidak dapat menerima bahwa layanan transaksi *cardless* pada Bank BSI KC Tasikmalaya tersebut mudah untuk dipahami melainkan langkah-langkah pada transaksi *cardless* harus melalui beberapa tahapan salah satunya yaitu harus di akses melalui aplikasi Mobile Banking.

Hasil penelitian ini sejalan dengan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Munfaqiroh & Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening” menyatakan bahwa pengaruh kemudan terhadap loyalitas secara varial variabel tersebut tidak terdapat pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

4.3.3. Pengaruh Intensi Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel intensi pengguna diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,106 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha/2;n-k-1)$ $t = (0,025;96)$ sehingga diperoleh t_{tabel} 1,985. Hasil pengujian pada penelitian ini yaitu $3,106 > 1,985$ atau $0,003 < 0,05$ yang artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara intensi

pengguna terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* bank syariah indonesia KC Tasikmalaya.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa perilaku pada intensi pengguna terhadap transaksi *cardless* memiliki dampak yang baik untuk terciptanya tingkat loyalitas pada bank. Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya dapat memberikan layanan yang baik kepada para nasabah sesuai dengan kebutuhannya, fitur *cardless* yang dirilis oleh BSI mampu diterima oleh para nasabah dan dapat menarik nasabah untuk melakukan transaksi tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Rhamdhani, 2020) dengan judul “ Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan *Continuance Intention* Terhadap Loyalitas Pada Pengguna Mobile Banking”. Menyatakan bahwa *Continuance Intention* mampu sebagai prediktor terhadap loyalitas nasabah. Artinya dari hasil penelitian ini berkontribusi memberikan implikasi manajerial bahwa pihak penyedia layanan diharapkan dapat lebih meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah ketika mereka menggunakan layanan tersebut, misal dengan memperluas jaringan dan meminimalkan gangguan teknis. Dengan demikian, nasabah akan merasa puas sehingga tercipta loyalitas nasabah

4.3.4. Pengaruh Kepuasan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Transaksi *Cardless*

Hasil analisis yang ditunjukkan t tabel untuk variabel Kepuasan Pengguna diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 3,129 dan nilai t_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% adalah $t(\alpha/2;n-k-1)$ $t = (0,025;96)$ sehingga diperoleh t_{tabel} 1,985. Hasil

pengujian pada penelitian ini yaitu $3,129 > 1,985$ atau $0,002 < 0,05$ yang artinya H_4 diterima dan H_{04} ditolak. Pada penelitian ini terdapat pengaruh antara kepuasan pengguna terhadap Loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* bank syariah indonesia KC Tasikmalaya.

Nasabah yang merasa bahwa fitur yang diberikan sudah sesuai dengan kebutuhan untuk melakukan transaksi *cardless withdrawal* dan transfer dimana saja dan kapan saja. Kepuasan pengguna yang tinggi akan memberikan efek positif bagi bank. Kepuasan ini membuat pelanggan menjadi loyal dan mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi secara berulang dan sukarela untuk mengatakan hal-hal positif tentang layanan *cardless* yang mereka gunakan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Manurung, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Perceived Value Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Transaksi Tanpa Kartu Pada Bank Central Asia (BCA) Di Surabaya”, menyatakan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

4.3.5. Pengaruh Manfaat Aplikasi Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel Interaksi 1 (interaksi manfaat aplikasi dan kepuasan pengguna) sebesar 4,551 dengan signifikansi 0,000. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} 4,551 lebih besar dari t_{tabel} 1,661, sedangkan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 5 (H_5) diterima dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa manfaat aplikasi (X1) berpengaruh terhadap loyalitas

nasabah(Y) dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating. Artinya kepuasan pengguna mampu berperan sebagai variabel moderating pada pengaruh manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna mampu memoderasi atau mampu menjadi variabel penguat antara manfaat aplikasi terhadap loyalitas nasabah, artinya setelah nasabah merasa puas terhadap manfaat aplikasi *cardless* maka akan menciptakan nasabah yang loyal. Manfaat aplikasi pada transaksi *cardless* yang diberikan oleh pihak bank mampu meningkatkan kepuasan pengguna transaksi *cardless* dan akan terciptanya loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Sinaga, 2019) dengan judul “Pengaruh Perceived Usefulness Dan Perceived Ease Of Use Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi” Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Perceived Usefulness berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel mediasi.

4.3.6. Pengaruh Kemudahan Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel Interaksi 2 (interaksi kemudahan pengguna dan kepuasan pengguna) sebesar 2,250 dengan signifikansi 0,027. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} 2,250 lebih besar dari t_{tabel} 1,661, sedangkan nilai signifikansi 0,027 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 6 (H_6) diterima. Dari hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa kemudahan pengguna (X2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah(Y) dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating. Artinya kepuasan pengguna mampu berperan sebagai variabel moderating pada pengaruh kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa kepuasan pengguna mampu berperan sebagai variabel penguat antara kemudahan pengguna terhadap loyalitas nasabah, apabila kedua variabel ini diterapkan baik oleh pihak bank, maka nasabah pengguna transaksi *cardless* akan merasa nyaman melakukan transaksi perbankan sesuai dengan kebutuhannya. Kepuasan pengguna yang tinggi dan kemudahan pengguna yang diberikan bank berperan baik akan memberikan efek positif bagi bank. Hal ini bisa memberikan keuntungan yang banyak bagi kedua belah pihak, baik nasabah maupun pihak bank itu sendiri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh(Haq, 2022)dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kemudahan Pengguna Aplikasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Berdasarkan hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh langsung kemudahan pengguna terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan ditolak, artinya semakin mudah dalam penggunaan suatu aplikasi tidak memberikan sebuah dampak terhadap loyalitas pelanggan dimasa yang akan datang karena tidak memiliki hasil yang signifikan untuk mempengaruhi pelanggan.

4.3.7. Pengaruh Intensi Pengguna Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} variabel Interaksi 3 (interaksi intensi pengguna dan kepuasan pengguna) sebesar 0,103 dengan signifikansi 0,918. Dari nilai tersebut diketahui bahwa nilai t_{hitung} 0,103 lebih kecil dari t_{tabel} 1,661, sedangkan nilai signifikansi 0,918 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian maka hipotesis 7 (H_7) ditolak. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa intensi pengguna (X_3) tidak terdapat pengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating. Artinya kepuasan pengguna tidak mampu berperan sebagai variabel moderating pada pengaruh intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*.

berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepuasan pengguna tidak mampu menjadi variabel penguat antara intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah, artinya nasabah yang merasa kurang puas terhadap transaksi *cardless* dikarenakan bank yang gagal dalam memberikan layanan kepada nasabah mengakibatkan nasabah tidak memilih dan tidak melakukan transaksi di bank tersebut dan memilih untuk mencari bank yang lain.

Penelitian yang dilakukan oleh (Anggit, 2021) dengan judul service “Encounter Dan Perceived Value Terhadap Behavioral Intention Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening” menyatakan bahwa Behavioral Intention tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna belum dapat membuktikan sebagai variabel moderating antara hubungan intensi pengguna dengan loyalitas nasabah, dikarenakan pengaruh antara intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah adalah pengaruh langsung yang artinya kepuasan pengguna tidak berhasil membuktikan adanya pengaruh intensi pengguna terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan pengguna.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya untuk menguji analisis pengaruh *Technology Accpetance Model*(TAM) pada transaksi *cardless*Bank Syariah Indonesia terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan pengguna sebagai variabel moderating, maka penulis menarik kesimpulan:

1. Manfaat aplikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.
2. Kemudahan pengguna tidak terdapat pengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.
3. Intensi pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless*Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya
4. Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* bank syariah indonesia KC Tasikmalaya
5. Manfaat aplikasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* yang di moderasi dengan kepuasan pengguna pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.
6. Kemudahan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* yang di moderasi dengan kepuasan pengguna pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

7. Intensi pengguna tidak terdapat pengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan transaksi *cardless* yang di moderasi dengan kepuasan pengguna pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Meskipun dalam penelitian ini telah dirancang dan dilaksanakan dengan sebaik-baiknya, namun penelitian ini masih terdapat keterbatasan yaitu:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada nasabah yang pernah menggunakan transaksi *cardless* pada Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.
2. Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, responden dalam penelitian ini hanya terbatas pada 100 nasabah Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya.
3. Variabel yang digunakan pada penelitian ini hanya terbatas pada variabel manfaat aplikasi, kemudahan pengguna, intensi pengguna, kemudahan pengguna, dan loyalitas nasabah. Sehingga dimungkinkan masih terdapat variabel lain yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada transaksi *cardless*.

5.3. Saran

Bedasarkan kesimpulan diatas penulis dapat mengajukan saran sebagai berikut

1. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas atau menambah variabel lain untuk mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah pada transaksi *cardless*.

2. Pada penelitian mendatang, disarankan untuk melakukan penelitian dengan objek sasaran pengguna yang berbeda .
3. Disarankan bagi pihak bank, agar diadakan sosialisasi mengenai penggunaan layanan transaksi *cardless* agar nasabah bank lebih terbantu dalam pemahaman penggunaan transaksi *cardless*, supaya penggunaan pada transaksi *cardless* lebih meningkat.
4. Peran pada perbankan diharapkan untuk memberikan edukasi dan literasi kepada para nasabah mengenai manfaat dan pentingnya bertransaksi online digital yang aman, cepat, mudah dan terjangkau.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). *Living in the world that is fit for habitation: CCI's ecumenical and religious relationships*. Aswaja Pressindo.
- Adi, P., & Permana, G. (2018). Penerapan Metode TAM (Technology Acceptance Model) dalam Implementasi Sistem Informasi Bazaar Banjar, *10*(1), 1–7.
- Ali, Q., Parveen, S., Yaacob, H., & Zaini, Z. (2021). Cardless banking system in Malaysia: An extended tam. *Risks*, *9*(2), 1–16. <https://doi.org/10.3390/risks9020041>
- Ashsifa, I. (2020). Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Penggunaan Mobile Banking Secara Berkelanjutan (Privasi Dan Personalisasi Sebagai Variabel Moderasi). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, *3*(1), 25–29. Retrieved from <https://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/view/644%0Ahttps://ejurnal.teknokrat.ac.id/index.php/technobiz/article/download/644/395>
- Astuti, S. P. (2019). *PRAKTIKUM STATISTIKA UNTUK EKONOMI DAN BISNIS*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Crystle Rampen, D. E., & Sihotang, J. I. (2021). Analisis Penggunaan Layanan Mobile Banking Terhadap Transaksi Pembayaran Menggunakan Metode Extended TAM. *CogITO Smart Journal*, *7*(1), 85. <https://doi.org/10.31154/cogito.v7i1.303.85-95>
- Ejiobih, C., Oni, A. A., Handayani, T., & Abubakar, L. (2016). AES Cardless

Automatic Teller Machine (ATM) Biometric Security System Design Using FPGA Implementation AES Cardless Automatic Teller Machine (ATM) Biometric Security System Design Using FPGA Implementation.
<https://doi.org/10.1088/1757-899X/160/1/012113>

Erianto, M. T., Maulana, T., & Anggraini, D. (2020). Pengembangan Arsitektur Transaksi Tarik Tunai Tanpa Kartu untuk Anggota Koperasi pada Jaringan ATM Perbankan. *Jurnal Ilmiah Komputasi*, 19(2), 227–242.
<https://doi.org/10.32409/jikstik.19.2.90>

Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). The Effect of Perceived Usefulness, Ease of Use and Trust on Interest in Use in The OVO Application. *Indonesian College of Economics*, 1–15. Retrieved from www.bi.go.id/id/statistik

Gaikwad, M., Dhumal, M., Kadam, P., & Sutar, S. (2021). Cardless Multi-Banking ATM System Services using Face Recognition and OTP. *New Arch ...*, 8(13), 144–146. Retrieved from <http://www.the-new-arch.net/index.php/journal/article/view/369>

Haq, M. A. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEMUDAHAN PENGGUNAAN APLIKASI TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi Pada Pengguna Layanan Go-Car dan Go-Ride Di Kota Palangka Raya).

Indrasari, M. (2006). PEMASARAN & KEPUASAN PELANGGAN (Vol. 1999, pp. 1–6).

Irawati, T., Rimawati, E., & Pramesti, N. A. (2020). Penggunaan Metode Technology Acceptance Model (TAM) Dalam Analisis Sistem Informasi

- Alista (Application Of Logistic And Supply Telkom Akses). *Is The Best Accounting Information Systems and Information Technology Business Enterprise This Is Link for OJS Us*, 4(2), 106–120.
<https://doi.org/10.34010/aisthebest.v4i02.2257>
- Jenal Alamsah, & Ahmad Eko Adi. (2021). Pengaruh Financial Leverage Terhadap Harga Saham Syariah dengan Inflasi Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(5), 802–813.
<https://doi.org/10.36418/jiss.v2i5.298>
- Kurniawati, H. A., Arif, A., & Winarno, W. A. (2017). Analisis Minat Penggunaan Mobile Banking Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Yang Telah Dimodifikasi. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1), 24. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v4i1.4563>
- Machmud, R. (2018). *Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi (Studi Kasus pada T3-Online)*. Ideas Publishing. Retrieved from <https://repository.ung.ac.id>
- Manurung, C. C. (2021). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY , PERCEIVED VALUE AND SATISFACTION ON CARDLESS TRANSACTION USER LOYALTY AT BANK CENTRAL ASIA IN SURABAYA, 5(12), 185–195.
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marlina, A. (2018). PERAN DIGITAL BANKING DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH KREDIT (STUDI KASUS PT.BANK TABUNGAN NEGARA SYARIAH), 6(2).

- Marlina, L., Mundzir, A., & Pratama, H. (2021). Cashless Dan Cardless Sebagai Perilaku Transaksi Di Era Digital: Suatu Tinjauan Teoretis Dan Empiris. *Jurnal Co Management*, 3(2), 533–542. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v3i2.424>
- Maulana, R., Iskandar, & Mailany, M. (2018). Pengaruh Penggunaan Mobile Banking Terhadap, 2, 146–155.
- Munfaqiroh, S., & Wahyu Arminda Dacruz Rama Dea, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 15(1), 122–132. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v15i1.578>
- Mursid, M. (2010). Manajemen Pemasaran. Samarinda.
- Mutiasari, A. I. (2020). PERKEMBANGAN INDUSTRI PERBANKAN DI ERA DIGITAL Annisa Indah Mutiasari 1 Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni, Universitas Sahid Surakarta, IX(2), 32–41. Retrieved from <http://www.jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/IAB/article/download/541/451>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroti, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., ... Zede, V. A. (2021). *Statistika Seri Dasar dengan SPSS*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Nambiar, B. K., & Bolar, K. (2022). Factors influencing customer preference of cardless technology over the card for cash withdrawals: an extended technology acceptance model. *Journal of Financial Services Marketing*, (123456789). <https://doi.org/10.1057/s41264-022-00139-y>
- Nasri, M., & Hastuti, T. (2018). Kualitas Pelayanan Kepuasan Dan Loyalitas,

3(3), 73–94.

Pamungkas, R. D. (2019). Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas merek sepatu NIKE di Surabaya. *Journal of Business and Banking*, 9(1), 37. <https://doi.org/10.14414/jbb.v9i1.1950>

Phothikitti, K. (2020). Factors Influencing Intentions to Use Cardless Automatic Teller Machine (ATM). *International Journal of Economics and Business Administration*, VIII(Issue 3), 40–56. <https://doi.org/10.35808/ijeba/485>

Radjab, E., & Jam'an, A. (2015). *METODOLOGI PENELITIAN BISNIS*. *Syria Studies* (Vol. 7). Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/269107473_What_is_governance/link/548173090cf22525dcb61443/download%0Ahttp://www.econ.upf.edu/~renyal/Civil_wars_12December2010.pdf%0Ahttps://think-asia.org/handle/11540/8282%0Ahttps://www.jstor.org/stable/41857625

Rahadi, D. R. (2021). *Analisis variabel moderating*.

Rhamdhani, I. M. (2020). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Continuance Intention terhadap Loyalitas pada Pengguna Mobile Banking. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 167–175.

Rifa'i, K. (2019). KEPUASAN PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION); Membangun Loyalitas Pelanggan (p. 55). Retrieved from http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/BUKU_MEMBANGUN_LOYALITAS_PELANGGAN_OLEH_Dr._KHAMDAN_RIFA'I%2C

SE.%2CM.Si.pdf

Sinaga, R. A. (2019). PENGARUH PERCEIVED USEFULNESS DAN PERCEIVED EASE OF USE TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI.

Sugiyono. (2006). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (Vol. 1999). Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.

Tiana, I. M., Prihatiningrum, R. Y., & Rifani, A. (2019). Pengaruh Benefits Offered Aplikasi Mobile Banking terhadap Kepuasan Nasabah, Kepercayaan, Loyalitas dan Positive Word Of Mouth (WOM). *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 351. <https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4184>

Tobias-Mamina, R., & Maziriri, E. T. (2020). Modelling Consumers' Willingness To Use Card-Less Banking Services: an Integration of Tam and Tpb. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 12(1), 241–257.

Wahidin, M., Awalludin, D., & Dennis, K. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan Aplikasi BCA Mobile Di Karawang Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM), (September).

Widhiani, A., & Idris. (2018). Pengaruh Promosi, Kemudahan Penggunaan, Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Di Situs Buka Lapak (Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 1–6.

Yani, E., Lestari, A. F., Amalia, H., & Puspita, A. (2018). Pengaruh Internet

Banking Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Dengan Technology

Acceptance Model. *Jurnal Informatika*, 5(1), 34–42.

<https://doi.org/10.31311/ji.v5i1.2717>

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu 'alaikum Wr.Wb

Saya Risma Maunazah, mahasiswa program Studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk skripsi saya mengenai “Analisis Pengaruh Technology Acceptance Model (TAM) Pada Transaksi Cardless Bank Syariah Indonesia Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya)”. Agar penelitian ini berlangsung dengan baik, saya mengharapkan ketersediaan dan bantuan dari saudara/i selaku responden untuk dapat mengisi kuisisioner ini dengan tepat dan benar. Untuk saran dan kritik yang berkaitan dengan penelitian ini, silahkan dapat menghubungi saya melalui e-mail di rismamaunazah99@gmail.com atau melalui nomor 083-826-923-684.

Atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terimakasih dan semoga kebaikan saudara/i yang telah bersedia mengisi kuesioner ini mendapatkan balasan baik oleh Allah SWT. Aamiin

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Risma Maunazah

IDENTITAS RESPONDEN

Alamat Email :

Nama :

Usia :a. () 17-25 Tahun
 b. () 26-33 Tahun
 c. () 34-40 Tahun
 d. () 41-50 Tahun

Jenis kelamin : a. () Laki-laki b. () Perempuan

Pekerjaan : a. () PNS/POLRI/TNI
b. () Ibu Rumah Tangga
c. () Pegawai Swasta
d. () Pelajar/mahasiswa
e. () Lainnya

Pendidikan : a. () SD/Sederajat
b. () SMP/ Sederajat
c. () SMA/ Sederajat
d. () Diploma/Sarjana

Alamat :

No. Telp/HP :

1. Apakah anda pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia?

Ya

Tidak

2. Jika anda pengguna Mobile Banking Bank Syariah Indonesia, apakah anda pernah melakukan transaksi *cardless*? Jika anda pernah menggunakan transaksi *cardless* silahkan dilanjut, apabila tidak menggunakah silahkan berhenti disini.

Ya

Tidak

PETUNJUK PENGISIAN

Anda memilih salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda centang (√) pada kotak jawaban sesuai dengan pilihan anda. Ada 5 (lima) kelompok jawaban alternatif untuk catatan skor variabel penelitian sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : 5
- b. Setuju (S) : 4
- c. Netral (N) : 3
- d. Tidak Setuju (TS) : 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Daftar pertanyaan

A. Variabel Manfaat Aplikasi (X1)

NO	KETERANGAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa fitur <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile sangat praktis dalam melakukan transaksi.					
2	Penggunaan fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile dapat mempercepat dalam melakukan transaksi.					
3	Saya merasa fitur <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile dapat memeberikan keuntungan bagi penggunanya.					
4	Fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile memiliki keamanan yang terjamin karena menggunakan password.					

B. Variabel Kemudahan Pengguna (X2)

NO	KETERANGAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa fitur <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile mudah untuk dipahami.					
2	Saya merasa fitur <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile sangat mudah digunakan.					
3	Saya merasa langkah-langkah pada fitur <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile sangat mudah untuk diingat.					
4	Saya merasa fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile memberikan kemudahan penggunaannya untuk menjadi terampil.					

C. Variabel Intensi Pengguna (X3)

NO	KETERANGAN	SS	S	N	TS	STS
1	Penggunaan fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile sangat mudah digunakan sehingga saya tertarik untuk menggunakan layanan tersebut.					
2	Saya akan terus menggunakan layanan pada BSI Mobile					

3	Saya akan merekomendasikan fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile kepada orang lain sesuai dengan manfaat yang telah saya dapat.					
4	Saya akan memberikan saran dan masukan kepada bank sesuai dengan tingkat kepuasan yang saya dapat.					

D. Variabel Kepuasan Pengguna (Z)

NO	KETERANGAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa fitur <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile merupakan pilihan yang tepat untuk layanan tarik tunai tanpa kartu.					
2	Saya merasa fitur <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile sesuai dengan yang saya harapkan.					
3	Saya merasa puas dengan layanan fitur layanan <i>cardless</i> yang ada pada BSI Mobile.					
4	Saya merasa fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile selalu totalitas dalam memberikan pelayanan terhadap nasabahnya.					

E. Loyalitas Nasabah (Y)

NO	KETERANGAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan terus mencoba menggunakan fitur layanan <i>cardless</i> pada BSI Mobile					
2	Penggunaan fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile sangat hemat waktu, hemat tenaga dan praktis juga memberikan manfaat dimasa yang akan datang sehingga saya selalu menggunakannya.					
3	Saya menyukai fitur layanan <i>cardless</i> pada BSI Mobile karena memberikan kemudahan bagi setiap penggunanya.					
4	Saya akan merekomendasikan fitur <i>cardless</i> pada BSI Mobile kepadaorang lain.					

Lampiran 3 Data Tabulasi

Data variabel Manfaat Aplikasi (X1), Kemudahan Penggun (X2), Intensi Pengguna (X3), Kepuasan Pengguna (Z) dan Loyalitas Nasabah (Y)

A. MANFAAT APLIKASI (X1)

No	MA1	MA2	MA3	MA4	Manfaat Aplikasi
1	4	5	5	4	18
2	5	5	5	4	19
3	5	5	4	3	17
4	4	5	4	5	18
5	4	4	4	4	16
6	5	5	5	4	19
7	4	4	4	4	16
8	4	4	5	5	18
9	5	5	5	5	20
10	4	5	5	5	19
11	5	5	4	4	18
12	5	4	4	4	17
13	4	3	4	3	14
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	4	19
17	5	4	5	5	19
18	5	5	5	5	20
19	5	5	4	5	19
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	5	4	5	4	18
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	4	19
26	4	4	4	4	16
27	5	3	4	4	16
28	5	4	4	4	17
29	5	5	5	5	20
30	5	5	5	5	20
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16

33	5	5	5	5	20
34	4	4	3	3	14
35	4	4	5	5	18
36	4	4	4	5	17
37	4	4	4	5	17
38	5	5	5	4	19
39	5	4	4	4	17
40	4	4	4	4	16
41	4	5	5	5	19
42	5	5	5	5	20
43	5	5	5	5	20
44	5	5	4	5	19
45	4	4	4	4	16
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	4	16
48	4	3	4	4	15
49	4	4	5	5	18
50	3	3	3	3	12
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	5	5	4	5	19
55	4	5	5	4	18
56	4	5	5	4	18
57	5	5	5	4	19
58	5	5	4	3	17
59	4	5	4	5	18
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	4	19
62	4	4	4	4	16
63	5	4	5	5	19
64	5	5	5	5	20
65	4	5	5	5	19
66	4	4	4	5	17
67	5	5	5	4	19
68	5	4	4	4	17
69	4	4	4	4	16
70	4	5	5	5	19
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	5	5	4	5	19

74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	4	4	4	4	16
77	4	3	4	4	15
78	4	4	5	5	18
79	3	3	3	3	12
80	4	4	4	4	16
81	4	5	5	5	19
82	5	5	5	5	20
83	5	5	5	5	20
84	5	5	4	5	19
85	4	4	4	4	16
86	5	5	5	5	20
87	4	4	4	4	16
88	4	3	4	4	15
89	4	4	5	5	18
90	3	3	3	3	12
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	5	5	5	5	20
94	5	5	4	5	19
95	4	5	5	4	18
96	4	4	5	5	18
97	5	5	5	5	20
98	4	5	5	5	19
99	5	5	4	4	18
100	5	4	4	4	17

B. KEMUDAHAN PENGGUNA (X2)

No	KP1	KP2	KP3	KP4	Kemudahan Pengguna
1	5	4	5	4	18
2	5	5	4	4	18
3	5	5	5	5	20
4	4	4	4	5	17
5	4	4	4	4	16
6	5	4	4	4	17
7	4	4	4	4	16
8	5	4	4	4	17
9	5	5	5	5	20

10	5	5	5	5	20
11	4	5	4	5	18
12	5	4	2	4	15
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	5	5	5	5	20
16	4	4	4	5	17
17	4	5	4	4	17
18	5	5	5	5	20
19	4	4	3	4	15
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	4	4	4	4	16
25	5	5	4	5	19
26	4	4	4	4	16
27	5	5	3	4	17
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	4	19
30	5	5	5	5	20
31	5	4	4	4	17
32	4	4	4	4	16
33	5	5	5	5	20
34	3	3	5	4	15
35	4	4	3	4	15
36	3	3	3	3	12
37	4	4	4	4	16
38	4	4	5	5	18
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	4	4	5	4	17
42	5	5	5	5	20
43	5	5	4	4	18
44	5	4	5	3	17
45	4	5	5	5	19
46	4	5	4	4	17
47	4	4	4	4	16
48	5	5	4	4	18
49	4	4	5	5	18
50	3	3	3	3	12

51	3	4	3	3	13
52	4	5	4	4	17
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	5	5	4	5	19
56	5	4	5	4	18
57	5	5	4	4	18
58	5	5	5	5	20
59	4	4	4	5	17
60	4	4	4	4	16
61	5	4	4	4	17
62	4	4	4	4	16
63	5	4	4	4	17
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	4	4	5	5	18
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	5	4	17
71	5	5	5	5	20
72	5	5	4	4	18
73	5	4	5	3	17
74	4	5	5	5	19
75	4	5	4	4	17
76	4	4	4	4	16
77	5	5	4	4	18
78	4	4	5	5	18
79	3	3	3	3	12
80	3	4	3	3	13
81	4	4	5	4	17
82	5	5	5	5	20
83	5	5	4	4	18
84	5	4	5	3	17
85	4	5	5	5	19
86	4	5	4	4	17
87	4	4	4	4	16
88	5	5	4	4	18
89	4	4	5	5	18
90	3	3	3	3	12
91	3	4	3	3	13

92	4	5	4	4	17
93	5	5	5	5	20
94	5	5	5	5	20
95	5	5	4	5	19
96	5	4	4	4	17
97	5	5	5	5	20
98	5	5	5	5	20
99	4	5	4	5	18
100	5	4	3	4	16

C. IINTENSI PENGGUNA (X3)

No	IP1	IP2	IP3	IP4	Intensi Pengguna
1	5	4	3	4	16
2	4	5	5	4	18
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	5	5	4	4	18
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	4	19
9	4	4	5	5	18
10	5	5	5	5	20
11	4	4	4	4	16
12	5	4	4	4	17
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	5	20
15	5	4	3	3	15
16	5	5	5	4	19
17	5	5	5	5	20
18	5	5	5	5	20
19	4	4	4	3	15
20	4	3	3	3	13
21	5	5	5	5	20
22	5	5	4	4	18
23	5	5	5	5	20
24	5	4	4	4	17
25	5	5	5	5	20
26	4	4	4	4	16
27	3	5	4	5	17

28	5	4	4	4	17
29	4	4	4	4	16
30	5	5	4	5	19
31	4	4	5	5	18
32	4	4	4	4	16
33	4	5	4	4	17
34	4	3	5	3	15
35	4	4	3	4	15
36	3	4	3	3	13
37	4	4	4	4	16
38	4	3	3	3	13
39	4	3	4	4	15
40	4	4	4	3	15
41	4	4	4	5	17
42	5	5	5	5	20
43	5	5	3	4	17
44	5	4	3	4	16
45	5	4	4	4	17
46	5	5	5	4	19
47	5	4	4	4	17
48	4	3	4	5	16
49	4	5	4	4	17
50	4	3	3	5	15
51	3	3	3	3	12
52	4	5	4	4	17
53	5	5	5	4	19
54	4	4	5	4	17
55	5	5	4	4	18
56	5	4	3	4	16
57	4	5	5	4	18
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	5	5	4	4	18
62	4	4	4	4	16
63	5	5	5	4	19
64	4	4	5	5	18
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	4	3	3	3	13
68	4	3	4	4	15

69	4	4	4	3	15
70	4	4	4	5	17
71	5	5	5	5	20
72	5	5	3	4	17
73	5	4	3	4	16
74	5	4	4	4	17
75	5	5	5	4	19
76	5	4	4	4	17
77	4	3	4	5	16
78	4	5	4	4	17
79	4	3	3	5	15
80	3	3	3	3	12
81	4	4	4	5	17
82	5	5	5	5	20
83	5	5	3	4	17
84	5	4	3	4	16
85	5	4	4	4	17
86	5	5	5	4	19
87	5	4	4	4	17
88	4	3	4	5	16
89	4	5	4	4	17
90	4	3	3	5	15
91	3	3	3	3	12
92	4	5	4	4	17
93	5	5	5	4	19
94	4	4	5	4	17
95	5	5	4	4	18
96	5	5	5	4	19
97	4	4	5	5	18
98	5	5	5	5	20
99	4	4	4	4	16
100	5	4	4	4	17

D. KEPUASAN PENGGUNA (Z)

No	KSP1	KSP2	KSP3	KSP4	Kepuasan pengguna
1	5	4	5	5	19
2	4	4	4	5	17
3	5	4	4	4	17
4	4	5	5	4	18

5	4	4	4	4	16
6	5	5	4	5	19
7	4	4	4	4	16
8	4	5	5	5	19
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	5	4	4	4	17
12	4	4	4	5	17
13	4	4	3	4	15
14	5	5	5	5	20
15	4	4	5	4	17
16	4	4	5	5	18
17	4	4	4	5	17
18	5	5	5	5	20
19	5	4	4	4	17
20	4	5	5	5	19
21	5	5	5	5	20
22	4	4	4	4	16
23	5	5	5	5	20
24	5	5	4	4	18
25	5	5	4	5	19
26	4	4	4	4	16
27	5	5	4	4	18
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	5	4	4	5	18
31	5	5	5	5	20
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	3	4	4	4	15
35	4	4	4	3	15
36	4	4	5	5	18
37	4	4	4	4	16
38	4	5	4	4	17
39	4	4	4	4	16
40	4	4	4	4	16
41	5	4	4	4	17
42	4	5	5	5	19
43	5	4	4	3	16
44	3	5	5	5	18
45	5	5	5	5	20

46	5	4	5	4	18
47	4	4	4	4	16
48	5	4	4	4	17
49	4	5	4	5	18
50	3	3	3	3	12
51	3	3	4	3	13
52	5	4	4	4	17
53	5	5	5	4	19
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	4	19
56	5	4	5	5	19
57	4	4	4	5	17
58	5	4	4	4	17
59	4	5	5	4	18
60	4	4	4	4	16
61	5	5	4	5	19
62	4	4	4	4	16
63	4	5	5	5	19
64	4	4	4	4	16
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	4	5	4	4	17
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	5	4	4	4	17
71	4	5	5	5	19
72	5	4	4	3	16
73	3	5	5	5	18
74	5	5	5	5	20
75	5	4	5	4	18
76	4	4	4	4	16
77	5	4	4	4	17
78	4	5	4	5	18
79	3	3	3	3	12
80	3	3	4	3	13
81	5	4	4	4	17
82	4	5	5	5	19
83	5	4	4	3	16
84	3	5	5	5	18
85	5	5	5	5	20
86	5	4	5	4	18

87	4	4	4	4	16
88	5	4	4	4	17
89	4	5	4	5	18
90	3	3	3	3	12
91	3	3	4	3	13
92	5	4	4	4	17
93	5	5	5	4	19
94	5	5	5	5	20
95	5	5	5	4	19
96	4	5	5	5	19
97	4	4	4	4	16
98	5	5	5	5	20
99	5	4	4	4	17
100	4	4	4	5	17

E. LOYALITAS NASABAH (Y)

No	LN1	LN2	LN3	LN4	Loyalitas Nasabah
1	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16
4	4	3	3	4	14
5	4	4	4	4	16
6	5	4	5	5	19
7	4	4	4	4	16
8	5	4	5	4	18
9	4	4	5	4	17
10	5	5	5	5	20
11	4	4	4	4	16
12	3	4	4	4	15
13	4	4	4	3	15
14	5	5	5	5	20
15	4	4	5	4	17
16	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20
18	5	5	5	5	20
19	4	4	4	4	16
20	5	5	4	4	18
21	4	4	4	4	16
22	5	4	4	5	18

23	5	5	5	5	20
24	4	5	5	4	18
25	4	5	5	4	18
26	4	4	4	4	16
27	5	3	5	4	17
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	3	15
30	5	4	5	4	18
31	4	4	4	4	16
32	4	4	4	4	16
33	4	4	4	4	16
34	3	4	3	4	14
35	4	3	4	4	15
36	4	3	3	3	13
37	4	4	4	4	16
38	4	5	5	5	19
39	3	4	4	3	14
40	4	4	4	4	16
41	4	5	4	5	18
42	5	5	5	4	19
43	5	5	4	3	17
44	5	4	5	3	17
45	5	4	4	4	17
46	4	4	5	4	17
47	4	4	4	4	16
48	4	3	4	3	14
49	4	5	5	4	18
50	4	4	4	3	15
51	3	3	4	3	13
52	5	4	4	4	17
53	5	5	5	4	19
54	5	5	5	5	20
55	4	5	5	4	18
56	5	5	5	5	20
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	3	3	4	14
60	4	4	4	4	16
61	5	4	5	5	19
62	4	4	4	4	16
63	5	4	5	4	18

64	4	4	5	4	17
65	5	5	5	5	20
66	4	4	4	4	16
67	4	5	5	5	19
68	3	4	4	3	14
69	4	4	4	4	16
70	4	5	4	5	18
71	5	5	5	4	19
72	5	5	4	3	17
73	5	4	5	3	17
74	5	4	4	4	17
75	4	4	5	4	17
76	4	4	4	4	16
77	4	3	4	3	14
78	4	5	5	4	18
79	4	4	4	3	15
80	3	3	4	3	13
81	4	5	4	5	18
82	5	5	5	4	19
83	5	5	4	3	17
84	5	4	5	3	17
85	5	4	4	4	17
86	4	4	5	4	17
87	4	4	4	4	16
88	4	3	4	3	14
89	4	5	5	4	18
90	4	4	4	3	15
91	3	3	4	3	13
92	5	4	4	4	17
93	5	5	5	4	19
94	5	5	5	5	20
95	4	5	5	4	18
96	5	4	5	4	18
97	4	4	5	4	17
98	5	5	5	5	20
99	4	4	4	4	16
100	3	4	4	4	15

Lampiran 4 Uji Instrumen Penelitian

1. UJI VALIDITAS

a. Hasil Uji Validitas Variabel Manfaat Aplikasi

		Correlations				
		MA1	MA2	MA3	MA4	X1
MA1	Pearson Correlation	1	,616**	,484**	,373**	,752**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
MA2	Pearson Correlation	,616**	1	,638**	,522**	,862**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
MA3	Pearson Correlation	,484**	,638**	1	,627**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
MA4	Pearson Correlation	,373**	,522**	,627**	1	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,752**	,862**	,845**	,784**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Pengguna

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	X2
KP1	Pearson Correlation	1	,640**	,444**	,448**	,782**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	,640**	1	,424**	,611**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	,444**	,424**	1	,608**	,786**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	,448**	,611**	,608**	1	,830**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,782**	,817**	,786**	,830**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Hasil Uji Validitas Variabel Intensi Pengguna

Correlations

		IP1	IP2	IP3	IP4	X3
IP1	Pearson Correlation	1	,546**	,291**	,250*	,690**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,012	,000
	N	100	100	100	100	100
IP2	Pearson Correlation	,546**	1	,527**	,271**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,006	,000
	N	100	100	100	100	100
IP3	Pearson Correlation	,291**	,527**	1	,436**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
IP4	Pearson Correlation	,250*	,271**	,436**	1	,652**
	Sig. (2-tailed)	,012	,006	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,690**	,809**	,785**	,652**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna

Correlations

		KSP1	KSP2	KSP3	KSP4	Z
KSP1	Pearson Correlation	1	,362**	,302**	,220*	,626**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,028	,000
	N	100	100	100	100	100
KSP2	Pearson Correlation	,362**	1	,659**	,683**	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KSP3	Pearson Correlation	,302**	,659**	1	,584**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
KSP4	Pearson Correlation	,220*	,683**	,584**	1	,804**
	Sig. (2-tailed)	,028	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Z	Pearson Correlation	,626**	,866**	,805**	,804**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

e. Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah

		LN1	LN2	LN3	LN4	Y
LN1	Pearson Correlation	1	,439**	,489**	,366**	,740**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
LN2	Pearson Correlation	,439**	1	,550**	,531**	,821**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
LN3	Pearson Correlation	,489**	,550**	1	,393**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
LN4	Pearson Correlation	,366**	,531**	,393**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,740**	,821**	,775**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. UJI RELIABILITAS

a. Uji Reliabilitas Manfaat Aplikasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,826	4

b. Uji Reliabilitas Kemudahan Pengguna

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,815	4

c. Uji reliabilitas intensi pengguna

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,719	4

d. Uji reliabilitas kemudahan pengguna

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	4

e. Uji reliabilitas loyalitas nasabah

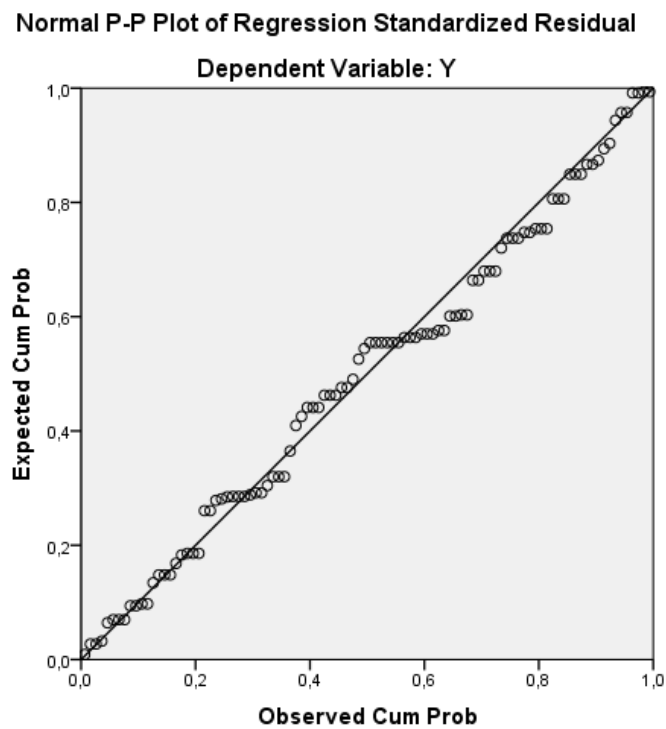
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	4

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik

1. UJI NORMALITAS

a. Normal *P*-plot



b. Uji Statistik KolmogorovSmirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,23277059
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,087
	Negative	-,105
Test Statistic		,105
Asymp. Sig. (2-tailed)		,009 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		,206
Point Probability		,000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. UJI MULTIKOLINEARITAS

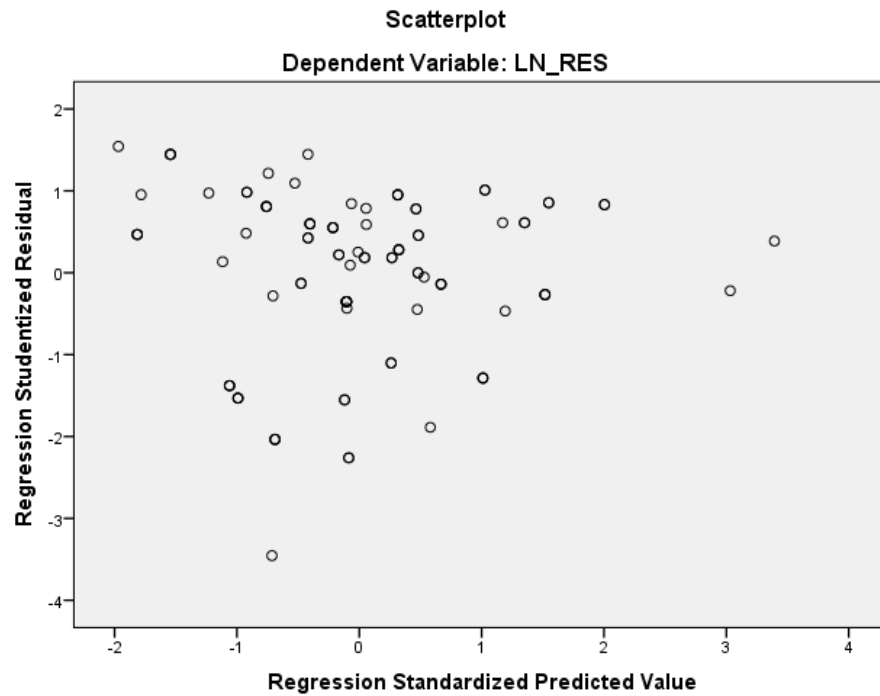
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,799	3,280		-,244	,808		
	MANFAAT APLIKASI	-,011	,210	-,007	-,053	,958	,545	1,834
	KEMUDAHAN PENGGUNA	-,083	,223	-,056	-,371	,711	,432	2,313
	INTENSI PENGGUNA	-,406	,210	-,258	-1,932	,056	,560	1,784
	KEPUASAN PENGGUNA	,446	,240	,276	1,855	,067	,450	2,224

a. Dependent Variable: LN_RES

3. UJI HETEROSKEDASRISITAS

a. Uji *Scatterplot*



b. Uji Park

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,799	3,280		-,244	,808
	MANFAAT APLIKASI	-,011	,210	-,007	-,053	,958
	KEMUDAHAN PENGGUNA	-,083	,223	-,056	-,371	,711
	INTENSI PENGGUNA	-,406	,210	-,258	-1,932	,056
	KEPUASAN PENGGUNA	,446	,240	,276	1,855	,067

a. Dependent Variable: LN_RES

Lampiran 6 Uji Ketepatan Model

1. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	200,547	4	50,137	31,658	,000 ^b
	Residual	150,453	95	1,584		
	Total	351,000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN PENGGUNA, MANFAAT APLIKASI, INTENSI PENGGUNA, KEMUDAHAN PENGGUNA

2. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,756 ^a	,571	,553	1,258

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PENGGUNA, MANFAAT APLIKASI, INTENSI PENGGUNA, KEMUDAHAN PENGGUNA

3. Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,625	1,372		1,184	,239
	MANFAAT APLIKASI	,214	,088	,221	2,430	,017
	KEMUDAHAN PENGGUNA	,081	,093	,089	,868	,387
	INTENSI PENGGUNA	,273	,088	,279	3,106	,003
	KEPUASAN PENGGUNA	,315	,101	,313	3,129	,002

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Lampiran 7 Analisis Uji Interaksi (*Moderated Regression Analysis*)

1. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* Model 1`

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34,429	7,040		4,891	,000
	MANFAAT APLIKASI	-1,579	,420	-1,634	-3,756	,000
	KEPUASAN PENGGUNA	-1,466	,438	-1,461	-3,345	,001
	INTERAKSI1	,116	,025	3,463	4,551	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

2. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* Model 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,324	6,894		2,803	,006
	KEMUDAHAN PENGGUNA	-,686	,424	-,751	-1,619	,109
	KEPUASAN PENGGUNA	-,442	,426	-,440	-1,037	,302
	INTERAKSI2	,057	,025	1,791	2,250	,027

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

3. Hasil Uji *Moderated Regression Analysis* Model 3

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	4,130	8,783		,470	,639
	INTENSI PENGGUNA	,289	,553	,294	,522	,603
	KEPUASAN PENGGUNA	,402	,504	,400	,797	,428
	INTERAKSI3	,003	,031	,098	,103	,918

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH

Lampiran 8 Surat Penelitian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pandawa Pucangan, Kartasura, Sukoharjo Telp (0271) 781516 Fax. (0271) 782774

Nomor : B-2144/Un.20/FIV.1/PP.00.9/09/2022 Sukoharjo, 06 September 2022
 Lamp :
 Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
 Pimpinan/Direktur/Manajer/Kepala
 BANK SYARIAH INDONESIA
 di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertandatangan di bawah ini Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta memohon izin penelitian atas :

Nama : **RISMA MAUNAZAH**
 NIM : 185231110
 Program Studi : Perbankan Syariah
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Judul Penelitian : ANALISIS PENGARUH TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) PADA TRANSAKSI CARDLESS BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya)

Waktu : 1 (satu) bulan sejak surat permohonan ini dikeluarkan

Demikian, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



 Wakil Dekan Bidang Akademik
 dan Kelembagaan




Dr. Avin Kostrad Diharjo, S.E. M.Ag
 NIP. 19651225200003 1 001

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : RISMA MAUNAZAH

NIM : 18.52.31.110

JURUSAN : PERBANKAN SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

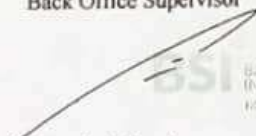
Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul "ANALISIS PENGARUH *TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL*(TAM) PADA TRANSAKSI *CARDLESS* BANK SYARIAH INDONESIA TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia KC Tasikmalaya)".

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data sesuai sampel skripsi tersebut. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima saksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 30 September 2022

Back Office Supervisor



SSI BANK SYARIAH
INDONESIA
K.C. Tasikmalaya 1

Aris Ramlan



Risma Maunazah

Lampiran 9**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

DATA PRIBADI :

Nama : RISMA MAUNAZAH

Tempat, Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 07 Juli 1999

Jenis Kelamin : Perempuan

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Email : rismamaunazah99@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN :

1. SDN Bantargedang Tasikmalaya (Tahun 2006-2012)
2. SMP Negeri 11 Tasikmalaya (Tahun 2012-2015)
3. SMA Negeri 8 Tasikmalaya (Tahun 2015-2018)
4. UIN Raden Mas Said Surakarta (Tahun 2018-2022)

Risma Maunazah

ORIGINAL REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3%
2	Submitted to St. Ursula Academy High School Student Paper	2%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	Submitted to National School of Business Management NSBM, Sri Lanka Student Paper	1%
5	eprints.umm.ac.id Internet Source	1%
6	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
7	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1%
8	www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id Internet Source	<1%
9	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1%