

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan E-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BRI Syariah KCP Palembang Sudirman)

Dela Anggreani Purba

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

delaanggreanipurba@gmail.com

Abstrak

Persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan, termasuk dalam sektor perbankan syariah. Sehingga persaingan yang ketat ini mengindikasikan rendahnya tingkat loyalitas para nasabah. Hal ini dikarenakan banyaknya penawaran dari pelaku industri perbankan, sehingga nasabah memiliki kebebasan dalam memilih penawaran yang lebih menguntungkan. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner yang disebar kepada nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman sebagai responden. Banyaknya sampel adalah 170 responden, dengan tehnik Accidental Purpose. Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan metode Path Analysis dan Sobel Test yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 23. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan E-Banking tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, serta kualitas pelayanan dan E-Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Adapun dari hasil uji Path Analysis dan Sobel Test menunjukkan bahwa kepuasan mampu menjadi mediator antara kualitas pelayanan dan E-Banking terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, E-Banking, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah*

Abstract

Competition is very tight in the banking world, including in the Islamic banking sector. So that this intense competition indicates a low level of customer loyalty. This is due to the many offers from banking industry players, so that customers have the freedom to choose more favorable offers. The data collection method in this study uses a questionnaire distributed to BRI Syariah KCP Palembang Sudirman customers as respondents. The number of samples was 170 respondents, with Accidental Purpose technique. The data analysis used is multiple linear regression with the Path Analysis method and the Sobel Test which is processed using SPSS version 23. The t test results show that service quality and E-Banking have no significant effect on customer loyalty, customer satisfaction has a significant effect on loyalty, and service quality and E-Banking have a significant effect on customer

satisfaction. The results of the Path Analysis and Sobel Test show that satisfaction is able to mediate between service quality and E-Banking on customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, E-Banking, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Dewasa ini trend “Syariah” menjadi kiblat para produsen dalam menciptakan produk atau jasanya. Mulai dari kebutuhan rumah tangga sampai ke penyedia jasa, termasuk dalam bidang ekonomi yakni perbankan (R. Antasari, 2021; Barkah, 2014; Qodariah Barkah dan Arne, 2022).

Dalam perkembangannya, perbankan syariah di Indonesia yang dipelopori oleh munculnya bank Muamalat berhasil membuktikan eksistensinya sebagai bank yang melakukan kegiatan operasional dengan prinsip syariah yakni saat terjadi krisis moneter tahun 1998 (Huzaimah & Aziz, 2018; Muhamad Rahman Bayumi, 2018).

Namun, sejalan dengan perkembangan perbankan syariah di Indonesia tersebut. Terdapat fakta bahwa, perbandingan antara jumlah nasabah pada perbankan konvensional dan syariah masih menunjukkan angka yang cukup signifikan jauh.

Dilansir dari Kompasiana.com yang dirilis pada April 2018, disebutkan bahwa perbandingan jumlah nasabah syariah dan konvensional adalah 15 juta berbanding 80 juta nasabah atau hanya sekitar 18,75% saja. Diketahui bahwa perkembangan aset perbankan syariah di Indonesia pertahun senilai USD 12,969 juta atau rata-rata sekitar 33,4%. Sedangkan perkembangan

kinerja perbankan syariah di negara Malaysia rata-rata per tahunnya sekitar 16,4% atau senilai USD 85,978 juta. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Wulan Pinontoan menjelaskan bahwa ditengah pesatnya persaingan industri perbankan saat ini seringkali nasabah tidak memiliki tingkat loyalitas pada suatu bank. Kualitas pelayanan adalah ukuran atau tingkat pelayanan yang diberikan dalam rangka mewujudkan ekspektasi atau harapan pelanggan. Layanan adalah sikap atau perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan para pelanggannya (R. R. Antasari et al., 2022; Azwari & Jayanti, 2022).

E-Banking menurut Tampubolon dalam Dewi merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank. Pelayanan e-banking membuat nasabah mudah dalam mendapatkan informasi, berkomunikasi, dan berbagai transaksi perbankan lainnya dengan memanfaatkan jaringan internet (Lidyah et al., 2020; Maulana et al., 2019; Safitri et al., 2022). Layanan-layanan yang tersedia dalam e-banking antara lain: ATM, Internet banking, mobile banking, sms banking, dll.

E-Banking merupakan salah satu bentuk inovasi layanan yang diberikan perbankan guna mengoptimalkan pelayanan kepada para nasabahnya. Maka penulis tertarik untuk mengangkat dan membahas skripsi dengan judul “Pengaruh

Kualitas Pelayanan dan E-Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BRI Syariah KCP Palembang Sudirman).

Tujuan Penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank BRI syariah KCP Palembang Sudirman. Dengan melakukan penelitian ini, diharapkan peneliti dapat lebih meningkatkan, memperluas, serta mengembangkan pemahaman ilmu yang telah diperoleh di bangku perkuliahan. Selanjutnya penelitian ini diharapkan akan menambah wawasan peneliti terkait dengan isu (fenomena) atau permasalahan konkret yang terjadi saat ini, terutama yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan E-Banking terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya pada loyalitas nasabah bank BRI syariah Bagi masyarakat.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan atau *field research* yaitu penelitian yang dilakukan melalui survei langsung ke objek penelitian. Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek pada penelitian ini mencakup semua nasabah BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.
2. Untuk melihat sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan dan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel intervening, maka penulis melakukan analisis sesuai dengan metodologi penelitian yang telah dirumuskan.

Seperti yang telah dijelaskan diatas penelitian ini merupakan bentuk penelitian kuantitatif. Bentuk penelitian kuantitatif diterapkan karena data yang nantinya akan diperoleh adalah berupa angka. Data kuantitatif merupakan data berbentuk angka sebagai informasi yang diolah dengan proses perhitungan tertentu untuk menemukan atau menyimpulkan hasil penelitian. Adapun data yang diperoleh merupakan hasil dari pengisian kuisisioner oleh nasabah.

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan skunder. Data primer merupakan data yang diperoleh berdasarkan hasil pengumpulan langsung dilapangan oleh peneliti. Sedangkan data skunder merupakan data yang didapat dari sumber yang telah ada. Data primer yang ada pada penelitian ini diperoleh dari jawaban responden atas kuisisioner yang sebelumnya telah diberikan pada nasabah bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Data skunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber baik buku, jurnal, *website*, dan lain-lain.

Lokasi, populasi, dan sampel

Lokasi pada penelitian dilakukan di BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

Populasi adalah generalisasi dari suatu wilayah atas objek maupun subjek yang memiliki mutu dan pembagian tertentu berdasarkan kriteria yang ditentukan oleh peneliti guna diteliti dan mendapatkan kesimpulan dari proses penelitian yang dilakukan. Secara sederhana definisi populasi penelitian adalah keseluruhan

individu maupun unit dalam ruang lingkup penelitian yang diteliti. Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup keseluruhan nasabah bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman dengan jumlah populasi sebanyak 5.302 nasabah.

Sampel merupakan sebagian atau anggota dari suatu populasi yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu dengan tujuan pemilihan kriteria tersebut dapat mewakili populasi untuk diteliti. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Hair. Menurut Hair et.al dalam Adiputra Perwira penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan mengalikan jumlah indikator pertanyaan dengan 5 sampai dengan 10 (Adiputra Prawira., 2010). Dalam penelitian ini jumlah indikator sebanyak 17 indikator, maka perhitungannya adalah:

$$\begin{aligned} \text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 10 \\ &= 17 \times 10 \\ &= 170 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus diatas dapat diketahui jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 170 responden.

Adapun tehnik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. Tehnik penarikan sampel aksidental dilakukan atas dasar kemudahan (*convenience*) (Priyono, 2008). *Accidental Sampling* adalah metode pengumpulan sampel dari responden yang ditemui berdasarkan kebetulan asalkan masih tetap bagian dari populasi penelitian (siapa saja yang ditemui peneliti dapat dijadikan sebagai sampel).

Teknik pengumpulan dan analisis data

Tehnik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan secara tertulis kepada para responden untuk dijadikan sumber data penelitian. Adapun responden yang dimaksud pada penelitian ini yakni nasabah pengguna E-Banking di BRI Syariah KCP Palembang Sudirman. Adapun skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan dalam mengukur sikap, pendapat, serta pandangan atau persepsi individu atau kelompok terhadap suatu issue atau fenomena sosial yang ada. Dengan penggunaan skala ini, variabel yang diukur terlebih dahulu dijabarkan menjadi indikator. Selanjutnya, indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur penilaian dengan menjabarkan indikator tersebut menjadi beberapa item instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan. Jawaban atas setiap item pertanyaan mempunyai rentang penilaian dari sangat positif sampai ke sangat negatif. Berikut adalah skala likert yang dimaksud:

- a. SS = Sangat Setuju diberi skor 5
- b. S = Setuju diberi skor 4
- c. N = Netral diberi skor 3
- d. TS = Tidak Setuju diberi skor 2
- e. STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

Analisis Data

1. Uji asumsi klasik
 - a. Uji normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui peryebaran distribusi

suatu nilai residual. Nilai residual adalah selisih antara predicted value atau nilai duga terhadap nilai yang sebenarnya dalam suatu pengamatan (data yang digunakan adalah data sampel). Deteksi pada suatu normalitas dapat dilihat dengan melakukan uji Kolmogorov-Smirnov. Ketentuan pada uji Kolmogorov ini adalah:

1. Jika tingkat signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
2. Jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antar variabel independen (X_1 dan X_2). Gejala multikolinieritas terjadi apabila antar variabel independen memiliki korelasi, baik yang bersifat kuat atau bahkan mendekati sempurna. Pengukuran atas gejala ini dapat dilakukan dengan uji multikolinieritas dengan menggunakan nilai TOL (tolerance) dan VIF (Variance Inflation Faktor): Perbandingan nilai keduanya adalah $VIF = 1/\text{tolerance}$, hal ini menjelaskan bahwa semakin rendah nilai tolerance itu sama artinya dengan semakin tinggi nilai VIF.

Maka, ketentuan yang berlaku untuk menunjukkan terjadinya gejala multikolinieritas apabila:

1. Nilai Tolerance $< 0,10$ dinyatakan mengandung multikolinieritas
2. Nilai VIF > 10 dinyatakan mengandung multikolinieritas.

c. Uji heterokedastisitas

Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji perbedaan pada

variance residual dari satu periode pengamatan ke periode pengamatan lainnya. Cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui gejala ini adalah dengan melakukan uji White, uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas R Squared dengan nilai 0,05. Ketentuannya adalah:

1. Jika nilai Chi Square hitung $>$ Chi Square tabel maka terjadi gejala heterokedastisitas.
2. Jika nilai Chi Square hitung $<$ Chi Square tabel maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

d. Uji linieritas

Pengujian ini bertujuan untuk melihat tingkat linieritas dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun untuk melihat tingkat linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji Test for Linearity. Ketentuan dalam pengujian ini adalah:

1. Apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka suatu model regresi dikatakan linear
2. Apabila nilai Sig. $> 0,05$ maka suatu model regresi dikatakan tidak linear.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari 170 responden nasabah bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman, melalui proses penyebaran kuisisioner maka diperoleh kondisi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, lama menjadi nasabah di bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman, serta layanan E-Banking yang digunakan. Adapun pengelompokkan serta penggolongan terhadap responden dalam penelitian ini ditujukan untuk mengetahui secara tepat dan jelas mengenai karakteristik dari responden sebagai objek dalam penelitian ini.

1. Jenis kelamin responden

Berikut adalah karakteristik responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 4.1
Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Pria	73	42,9
Wanita	97	57,1
Total	170	100,0

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil keterangan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 57% atau 97 orang dari total responden adalah berjenis kelamin wanita sedangkan sebanyak 43% atau 73 orang adalah responden pria.

2. Usia

Berikut adalah karakteristik responden yang diperoleh dari hasil penelitian ini berdasarkan klasifikasi usia responden.

Tabel 4.2
Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responde	Presentase
<20 tahun	14	8,2
20-29 tahun	72	42,4
30-39 tahun	30	17,6
≥50 tahun	20	11,8
40-49 tahun	34	20,0
Total	170	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Dari hasil tabel 4.2 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia 20-30 tahun sebanyak 72 dari total 170 reponden, responden usia 40-49 tahun sebanyak 34, responden usia 30-39 tahun sebanyak 30, responden usia ≥50 tahun sebanyak 20, dan responden usia <20 tahun sebanyak 14 orang.

3. Pekerjaan

Berikut adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian terkait

responden berdasarkan jenis pekerjaannya.

Tabel 4.3
Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase
BUMN	10	5,9
Lain-lain	8	4,7
Mahasiswa/Pelajar	60	35,3
Pegawai Swasta	24	14,1
PNS	11	6,5
Wiraswasta/Pedagang	57	33,5
Total	170	100,0

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa mayoritas pekerjaan pada responden penelitian ini adalah mahasiswa/pelajar yakni sebanyak 60 orang. Kemudian disusul oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta/pedagang sebanyak 57 orang, pegawai swasta 24 orang, PNS sebanyak 11 orang, BUMN sebanyak 10 orang, dan lain-lain 8 orang.

4. Lama menjadi nasabah di bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman

Dari hasil penelitian ini, diperoleh data responden berdasarkan lama responden dalam menjadi nasabah di BRI Syariah KCP Palembang Sudirman.

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Responden	Presentase
<1 tahun	49	28,8
>6 tahun	30	17,6
1-3 tahun	45	26,5
3-6 tahun	46	27,1
Total	170	100,0

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa lama responden dalam menjadi nasabah di BRI Syariah KCP Palembang Sudirman memiliki rentang yang tidak jauh berbeda. Yakni paling lama responden menjadi nasabah yakni pada rentang <1 tahun sebanyak 49 orang, 3-6 tahun sebanyak 46 orang,

1-3 tahun sebanyak 45 orang, dan >6 tahun sebanyak 30 orang.

5. Layanan E-Banking yang digunakan

Berikut adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian ini berdasarkan layanan *E-Banking* yang digunakan responden.

Tabel 4. 5
Responden berdasarkan layanan *E-Banking* yang digunakan responden

Layanan <i>E-Banking</i> Yang Digunakan	Jumlah Responden	Presentase
ATM	46	27,1
ATM SMS Banking	1	0,6
ATM, Internet Banking	2	1,2
ATM, Internet Banking, Mobile Banking	1	0,6
ATM, Mobile Banking	64	37,6
ATM, SMS Banking	21	12,4
ATM, SMS Banking, Mobile Banking	12	7,1
ATM, Mobile Banking	1	0,6
Internet Banking	4	2,4
Lainnya	3	1,8
Mobile Banking	15	8,8
Total	170	100,0

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa layanan *E-Banking* yang paling banyak digunakan oleh responden adalah layanan ATM dan *Mobile Banking* sebanyak 64 orang, kemudian layanan kedua yang paling banyak digunakan adalah ATM dan *SMS Banking* yakni sebanyak 21 orang.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil pengujian hipotesis ini tidak sejalan dengan pengembangan hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap

loyalitas nasabah. Maka, pengembangan hipotesis ditolak.

Hal ini sesuai dengan *Social Exchange Theory* yang menyatakan bahwa salah satu konsep dasar pada teori ini adalah tingkat perbandingan. Artinya, setiap individu memiliki *Standard* yang berbeda dalam mengevaluasi apa yang ia peroleh. Hal ini berkaitan dengan persepsi masing-masing individu tersebut. Adapun persepsi, tidak dapat diukur dengan cara yang sama pada masing-masing individu.

Hal ini mengidentifikasi bahwa, baik tidaknya kualitas pelayanan yang diberikan tidak akan berpengaruh pada tingkat loyalitas nasabah. Disamping itu, baik buruknya pelayanan pun tidak serta merta dapat membentuk loyalitas secara langsung. Hal ini dikarenakan komitmen atau loyalitas tidak hadir begitu saja,

perlu adanya proses panjang sehingga loyalitas tersebut dapat terbentuk.

2. Pengaruh *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah

Dalam pengembangan hipotesis ini menjelaskan keterkaitan *E-Banking* terhadap loyalitas nasabah yg tidak berpengaruh signifikan. Dimana *E-Banking* merupakan inovasi dalam layanan perbankan agar pelayanan yang diberikan lebih optimal dengan menggunakan jaringan internet. Nantinya, inovasi ini bertujuan agar nasabah menjadi loyal atas pelayanan optimal yang telah diberikan. Tetapi, melihat sudut pandang bank saja tidak cukup untuk menentukan apakah inovasi tersebut memberikan manfaat yang lebih pada nasabahnya. Dimana manfaat ini tidak hanya terkait dengan pelayanan yang optimal saja, tetapi juga berkaitan dengan manfaat secara *finansial* atau manfaat yang dapat dilihat dan berupa angka. Karena, ketika berbicara mengenai aspek rasionalitas dalam bidang ekonomi maka akan ada sebuah pernyataan bahwa “mendapatkan manfaat sebesar-besarnya atas pengorbanan (biaya) yang sekecil-kecilnya”.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Hal ini menunjukkan adanya keterkaitan antara teori yang digunakan terhadap hasil penelitian yang dilakukan. Dalam teori pertukaran sosial atau *Social Exchange Theory*. Dimana, teori ini menjelaskan adanya model pertukaran manfaat dari setiap interaksi yang terjadi. Jika dikaitkan dengan bidang ekonomi, dalam hal ini adalah perbankan. Maka, sebagai pelaku usaha perbankan yang *notabene* membutuhkan peran nasabah dalam

menciptakan profit atau keuntungan dalam usahanya begitupun sebaliknya nasabah yang memiliki berbagai macam kebutuhan dalam bertransaksi ekonomi membutuhkan peran dari perbankan dalam mengcover setiap kebutuhannya.

4. Pengaruh *E-Banking* terhadap Kepuasan Nasabah

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, bahwa penelitian ini mengadopsi teori pertukaran sosial atau *Social Exchange Theory*. Teori ini dirasa tepat terlebih hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara *E-Banking* dan kepuasan nasabah. Puas dan tidak puas merupakan reaksi awal bagi individu ketika mendapatkan atau merasakan sesuatu. Begitupun dalam penelitian ini, berbagai macam bentuk pelayanan yang ditawarkan perbankan dalam *E-Banking* nya adalah salah satu upaya perbankan dalam menciptakan kepuasan para nasabahnya. Dengan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah serta mengaplikasikannya sesuai dengan *trend* yang ada, maka kepuasan nasabah pun akan dapat dirasakan.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat pertukaran manfaat antara nasabah dan bank. Yakni nasabah mendapatkan layanan yang diinginkan dan dibutuhkan berupa layanan berbasis *E-Banking*. Begitupun pihak bank yang mendapatkan tingkat kepuasan dari para nasabah atas layanan *E-Banking* yang diberikan, dimana tingkat kepuasan ini sangat dibutuhkan. Mengingat kepuasan nasabah dapat meningkatkan loyalitas dan citra baik perusahaan dalam hal ini perbankan, sehingga profit yang diinginkan akan lebih mudah diraih.

5. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Kepuasan dan loyalitas merupakan satu kesatuan yang saling terkait. Dimana, loyalitas terbentuk dari tingkat kepuasan. Hal ini sesuai dengan teori *Social Exchange Theory* yang menjelaskan bahwa konsep dasar terbentuknya interaksi adalah faktor psikologis, rasionalitas, dan interaksi adalah proses. Artinya, keduanya penting dan saling terkait. Dimana faktor psikologis menekankan pada aspek mental pelaku interaksi atas interaksi yang terjadi. Adapun faktor rasionalitas menekankan pada aspek manfaat yang diterima sebagai akibat dari kegiatan ekonomi yang dilakukan, dimana beberapa ahli sepakat teori ini dekat atau berhubungan dengan aktivitas ekonomi. Dan interaksi sosial sebagai bagian dari proses yang berjalan secara seimbang dan berkesinambungan.

Hal ini mengidentifikasi bahwa, loyalitas terbentuk dari perasaan senang individu (ditinjau dari sisi psikologis) atas manfaat yang telah diterima dan berlangsung secara *continue* sehingga individu tersebut kebal terhadap pengaruh-pengaruh yang terjadi. Kondisi inilah yang menunjukkan adanya keterkaitan antara teori yang digunakan dengan hasil pengembangan hipotesis yang diperoleh.

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening

Sebagaimana yang dijelaskan pada *Social Exchange Theory* bahwa, asumsi dasar pada teori ini adalah setiap individu yang berinteraksi akan secara sukarela masuk dan tinggal didalam hubungan sosial hanya ketika

hubungan tersebut akan memberikan kepuasan (ditinjau dari segi manfaat dan biaya). Hal ini mengidentifikasi bahwa, komitmen atau loyalitas yang terbentuk pada nasabah merupakan hasil dari rasa puas yang diterima atas kualitas pelayanan (mewakili besarnya manfaat yang diperoleh daripada biaya yang dikeluarkan) yang diberikan.

7. Pengaruh E-Banking terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *E-Banking* terhadap loyalitas nasabah sebagai variabel intervening atau kepuasan nasabah memediasi pengaruh *E-Banking* terhadap loyalitas nasabah. Maka, pengembangan hipotesis diterima.

Hal ini sesuai dengan *Social Exchange Theory* yang menjelaskan bahwa asumsi yang terbentuk dari teori ini adalah sifat manusia dan sifat hubungan. Sifat manusia terkait dengan mencari manfaat, menghindari hukuman, makhluk rasional, serta *standard* untuk mengevaluasi manfaat dan biaya yang beragam. Adapun sifat hubungan terkait dengan sifat hubungan yang saling bergantung dan interaksi yang terjadi merupakan proses.

E-Banking merupakan inovasi layanan perbankan yang ditujukan dalam mengoptimalkan pelayanan yang diberikan melalui jaringan internet. Yang mana tujuan dari optimalisasi pelayanan tersebut salah satunya adalah untuk mendapatkan loyalitas nasabah. Adapun loyalitas sendiri tidaklah hadir begitu saja. Sebab, loyalitas terbentuk dari serangkaian proses yang terjadi. Salah satunya melalui tingkat kepuasan.

Dengan rasa puas yang secara *continue* terjadi maka akan mengindikasikan nasabah akan kembali menggunakan produk atau jasa bank yang bersangkutan. Pengulangan atas penggunaan produk atau layanan jasa *E-Banking* inilah yang disebut dengan loyalitas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan terkait dengan pengujian atas kepuasan nasabah sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan dan *E-Banking* terhadap loyalitas nasabah studi kasus nasabah bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman yang didukung teori-teori yang menjadi landasan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan bahwa:

1. Pengaruh kualitas pelayanan dan *E-Banking* terhadap kepuasan nasabah
 - a. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
 - b. *E-Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
 - c. Secara simultan kualitas pelayanan dan *E-Banking* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
2. Pengaruh kualitas pelayanan, *E-Banking*, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah
 - a. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah
 - b. *E-Banking* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah
3. Pengaruh kualitas pelayanan dan *E-Banking* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening
 - a. Kepuasan nasabah memediasi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah
 - b. Kepuasan nasabah memediasi *E-Banking* terhadap loyalitas nasabah

Referensi

- Adiputra Prawira. (2010). *Hubungan Antara Motivasi Belajar dan Disiplin Belajar Siswa SMA dengan Prestasi Belajar Ekonomi Siswa SMA Negeri 1 Wonogiri Tahun Ajaran 2008/2009*.
- Antasari, R. (2021). Islam and Domestic Violence between Husbands and Wives: Indonesian Social and Cultural Perceptions. *Islamic Quarterly*, 65(3), 303–325.
- Antasari, R. R., Nilawati, N., Adib, H. S., Sari, R. K., & Sobari, D. (2022). Gender Mainstreaming Problems in Student Organizations at Islamic Religious Colleges. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(2), 2161–2172.
<https://doi.org/10.35445/alishlah.v14i2.1402>
- Azwari, P. C., & Jayanti, S. D. (2022). Impact of Third-Party Funds and Capital Adequacy Ratio on Profit Sharing Financing. *International Business ...*, 6(1), 63–70.

- Barkah, Q. (2014). Kedudukan Dan Jumlah Mahar Di Negara Muslim. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 14(2), 279–286.
<https://doi.org/10.15408/ajis.v14i2.1286>
- Huzaimah, A., & Aziz, S. (2018). Urgensi Penerapan Lembaga Dwangsom (Uang Paksa) Pada Perkara Hadhânah di Pengadilan Agama dalam Perspektif Maqâshid al-Syari'ah. *Al-'Adalah*, 15(1), 125.
<https://doi.org/10.24042/adalah.v15i1.3383>
- Lidyah, R., Mismiwati, Hartini, T., Akbar, D. A., Africano, F., & Anggreni, M. (2020). The Effect of Audit Committee, Independent Commissioners Board And Firm Size on Audit Delay Through Capital Structure as An Intervening Variable In Sharia Bank. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(7), 11313–11325.
- Maulana, C. Z., Suryana, Y., Kartini, D., & Febrian, E. (2019). Influencing Factors on the Actual Usage of Mobile Phone Banking in the Shari'ah Banks: A Survey in Palembang City, Indonesia. *Journal of the Japan Welding Society*, 88(5), 366–374.
<https://doi.org/10.2207/jjws.88.366>
- Muhamad Rahman Bayumi. (2018). BUILDING INTEGRATION AND INTERCONNECTION IN ISLAMIC ECONOMIC SYSTEM TO CREATE ISLAMIC SOLUTIONS IN SOLVING SOCIAL PROBLEMS. *Sinta 2*.
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Qodariah Barkah dan Arne. (2022). Abandonment of Women's Rights in Child Marriage; An Islamic Law Perspective. *Scopus Q1*.
- Safitri, R., Lidyah, R., & Rachmania, R. (2022). Profitability, Good Corporate Governance, Dividend Policy, and Firm Value at ISSI. *Etikonomi*, 21(1), 139–152.
<https://doi.org/10.15408/etk.v21i1.16524>