

**ANALISIS PENGARUH *TRANSACTION SECURITY, E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PENGGUNA *MOBILE BANKING*  
BRImo**

**(Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019)**

**SKRIPSI**

Diajukan Menjadi Salah Satu Syarat Untuk  
Mendapatkan Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

Shoufil Fadilah

NPM.2190108121

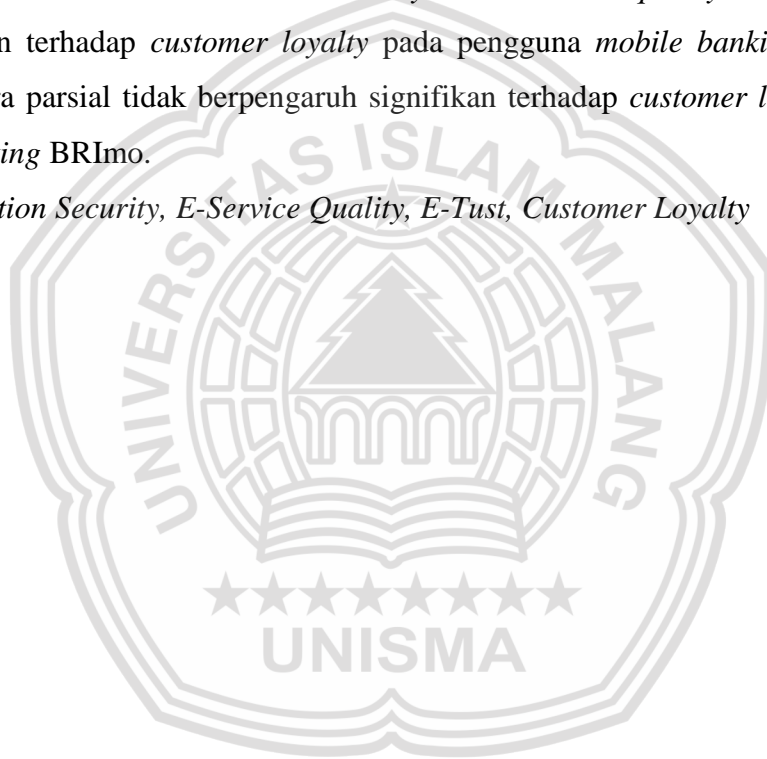


**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
2023**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh *Transaction Security*, *E-Service Quality* dan *E-trust* Terhadap *Customer Loyalty* Pada Pengguna *Mobile Banking* BRImo. Jenis pendekatan yang dilakukan ialah pendekatan kuantitatif. Dengan jenis penelitian *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang diperoleh dari perhitungan rumus *slovin* dengan menggunakan kusioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Pengujian data yang digunakan adalah pengujian hipotesis parsial (Uji t). Pada hasil penelitiannya ditunjukkan bahwa *transaction security* dan *e-service quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna *mobile banking* BRImo, sedangkan *e-trust* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna *mobile banking* BRImo.

**Kata Kunci** : *Transaction Security*, *E-Service Quality*, *E-Tust*, *Customer Loyalty*



## ABSTRACT

*This study aims to determine and analyze the Effect of Transaction Security, E-Service Quality and E-trust on Customer Loyalty on BRImo Mobile Banking Users. The type of approach taken is a quantitative approach. With this type of purposive sampling research. The sample used in this study was 96 respondents using a questionnaire. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. Testing the data used is testing the partial hypothesis testing (t test). The research results show that transaction security and e-service quality partially affect customer loyalty among BRImo mobile banking users, while e-trust does not partially affect customer loyalty among BRImo mobile banking users.*

**Keywords :** *Transaction Security, E-Service Quality, E-Tust, Customer Loyalty*



## BAB I

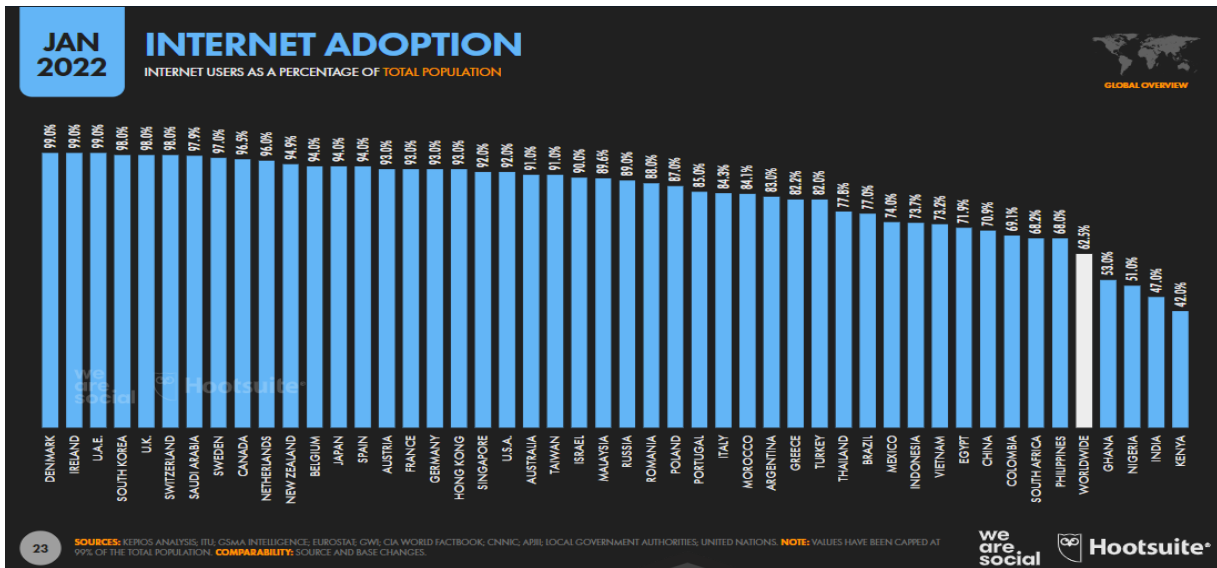
### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Di era digital yaitu masa yang sudah mengalami perkembangan dalam segala aspek kehidupan dari yang tadinya analog menjadi serba digital atau menggunakan teknologi. Dalam hal finansial juga mengikuti perkembangan zaman dengan adanya transaksi digital, dengan cara yang mudah kita bisa transaksi kapanpun dan dimanapun, menurut Tabar (2014) adaptasi dengan gaya hidup dan kepercayaan ini ditemukan sebagai gaya hidup paling signifikan yang menjelaskan penerapan mobile banking di kalangan anak muda masa mendatang.

Sektor komunikasi dan informatika di Indonesia menunjukkan arah menggemblirakan yakni 62,1 persen populasi di Indonesia telah mengakses internet di tahun 2021. Tingginya hasil pendataan Survei Sosial Ekonomi Nasional 2021 itu mencerminkan iklim keterbukaan informasi dan penerimaan masyarakat terhadap perkembangan teknologi (Badan Pusat Statistik, diakses 7 September 2022).

Selain itu, berdasarkan laporan Profil Internet Indonesia 2022 yang dirilis oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia atau APJII, belum lama ini, menyebutkan bahwa pengguna internet di Indonesia di 2022 dilaporkan mencapai angka 210 juta orang atau sebesar 77,02 persen dari penduduk Indonesia. Angka tersebut naik dibandingkan periode sebelumnya sekitar 73,7 persen (196,71 juta jiwa), dan 2018 penetrasinya hanya sebesar 64,8 persen (171,17 juta jiwa) (Kominfo, diakses pada 29 September 2020).



Gambar 1.1

Pengguna internet dari berbagai negara

Sumber : Weresocial, 2022

Dari gambar 1.1 dijelaskan pada awal 2022 sudah 62,5% penduduk bumi yang bisa mengakses internet. Berdasarkan data *We Are Social & Hootsui*t dalam laporan *Digital 2022 Global Overview Report*, dari 7,91 miliar populasi dunia, sebanyak 4,95 miliar penduduk atau 62,5% sudah mengakses internet. Adapun jumlah pemegang telepon genggam mencapai 5,31 miliar orang atau 67,1% dari populasi, wajar jika manusia kini kian tergantung terhadap internet. Banyak hal kini dilakukan melalui akses ke dunia maya, seperti mencari informasi, bekerja, belanja maupun bersosial media untuk menyapa teman, kerabat maupun keluarga.

Sumber yang sama menyebut bahwa rata-rata orang menghabiskan 6 jam 58 menit per hari untuk terhubung atau memakai internet dan 92,1% orang mengakses internet memakai perangkat mobile. Pengguna internet di Indonesia sendiri mencapai 73,7% dari total penduduk. Menurut Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, jumlah penduduk Indonesia sudah mencapai 273,87 juta jiwa pada 31 Desember 2021 (databoks.katadata.co.id). Artinya, ada sekitar 201,8 juta orang yang punya akses ke internet di Indonesia pada awal 2022. Selama 2021 jumlah pengguna internet global naik 4%,

melambat jika dibandingkan 2020 yang naiknya mencapai 7,7% di tengah situasi pandemi (Databoks.katadata.co.id, diakses pada 15 Februari 2022).

Menurut Mazhar et al (2014) kebutuhan dari waktu adalah untuk memberikan layanan nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan tidak hanya memuaskan mereka tetapi juga meningkatkan ruang lingkup pasar dan mendapatkan keunggulan kompetitif dibandingkan yang lain. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) juga dikenal sebagai teknologi layanan mandiri (SST) memungkinkan pelanggan untuk berurusan dengan sarana elektronik tanpa berinteraksi dengan apa pun pribadi layanan perusahaan. Layanan ini meliputi kios interaktif, swalayan - swalayan, Anjungan Tunai Mandiri (ATM), perbankan telepon, perbankan seluler (*M-Banking*), internet banking (*I-Banking*), *self pumping* di SPBU, dana elektronik mentransfer dll. Oleh sebab itu dengan semakin pintar ponsel saat ini dan tersedianya internet menjadikan dunia digital semakin berkembang, salah satunya dalam dunia transaksi ekonomi yakni *mobile banking*, di Indonesia sendiri *mobile banking* sangat berkembang pesat, bahkan perbankan berlomba – lomba memperbarui layanan atau fitur demi menangkap peluang trend perpindahan gaya bertransaksi nasabah dari konvensional ke dunia digital.

Berdasarkan penelusuran CNN Indonesia, Bank Indonesia (BI) mencatat nilai transaksi digital banking naik 38,38 persen (yoy) menjadi Rp5.184,1 triliun pada Oktober 2022. Sementara itu, nilai transaksi uang elektronik (UE) pada periode yang sama juga tumbuh 20,19 persen (yoy) menjadi Rp35,1 triliun. Dalam hal ini dapat diartikan kenaikan transaksi ekonomi dan keuangan digital ini ditopang oleh meningkatnya akseptasi dan preferensi masyarakat dalam berbelanja daring, kemudahan sistem pembayaran digital, serta akselerasi digital banking. Penggunaan *Quick Response Code Indonesia Standard* (QRIS) untuk pembayaran. Selain itu, BI juga akan melanjutkan pengembangan fitur serta layanan QRIS, termasuk perluasan QRIS antar negara seiring dengan telah tercapainya target 15 juta pengguna baru QRIS pada Oktober 2022.





**Gambar 1.2**

**Data Pertumbuhan *Digital Banking* di Asean**

Sumber : Databoks, 2022

Dari gambar 1.2 berdasarkan hasil data *International Monetary Fund* (IMF), tren transaksi internet *banking* dan *mobile banking* di Thailand tumbuh pesat dalam tujuh tahun terakhir, serta mengalahkan negara tetangganya seperti Malaysia, Indonesia, dan Vietnam. *Internet banking* adalah layanan perbankan yang tersedia melalui website atau situs internet, sedangkan *mobile banking* adalah layanan perbankan yang tersedia melalui aplikasi *smartphone*. Meski cara mengaksesnya berbeda, kedua layanan tersebut sama-sama membutuhkan koneksi internet dan bisa digunakan untuk transaksi perbankan secara digital, seperti pembayaran tagihan, transfer uang, cek saldo, dan lain-lain. Pada tahun 2015 volume transaksi internet/*mobile banking* di Thailand baru berjumlah 7.786 transaksi per 1.000 penduduk. Namun, pada 2021 volumenya sudah naik menjadi 238.245 transaksi per 1.000 penduduk. Secara kumulatif, volume transaksi internet/*mobile banking* per 1.000 penduduk di Thailand tumbuh sekitar 2.959% selama periode 2015-2021. Tren pertumbuhan pesat juga terlihat di Malaysia dan Vietnam. Selama periode 2015-2021 volume transaksi internet/*mobile banking* per 1.000 penduduk di Malaysia tumbuh 539%, dan di Vietnam tumbuh 1.754%. Sedangkan di Indonesia, tingkat pertumbuhannya hanya 106% dalam periode sama. Alhasil,

volume transaksi internet/mobile banking per 1.000 penduduk di Indonesia pada 2021 lebih rendah dari Malaysia dan Thailand, serta hampir tersusul oleh Vietnam seperti terlihat pada grafik (Databoks, diakses 15 November 2022).

Direktur Bisnis Konsumer BRI Handayani, mengungkapkan bahwa BRImo dapat menghadirkan beragam fitur sesuai kebutuhan nasabah. Kehadiran BRImo ini juga sejalan dengan upaya perseroan untuk mewujudkan inklusi keuangan melalui akses layanan yang dapat diakses hanya dalam genggaman tangan saja. “BRI memiliki aspirasi menjadi *Champion of Financial Inclusion* pada 2025, diharapkan adanya BRImo ini semakin memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan keuangan. Pencapaian pertumbuhan transaksi yang mampu mencapai *triple digit* ini juga sejalan dengan meningkatnya jumlah user yang cukup signifikan, user BRImo telah tumbuh 73,55% *YoY* menjadi 22,37 juta *users*. Adapun secara jumlah transaksi pada periode yang sama melesat 118,10% secara *Year on Year (YoY)*. Transaksi BRImo meningkat dari 649 juta pada Oktober 2021 menjadi 1.417 juta transaksi pada kuartal Oktober 2022. Dari transaksi finansial yang dirampungkan, *Fee Based Income* yang dihasilkan BRI pada kuartal III-2022 mencapai Rp1,15 triliun atau tumbuh 108,9% dibandingkan posisi kuartal III-2021 yang sebesar Rp553 miliar. Lebih lanjut, Handayani mengungkapkan BRI secara berkelanjutan berupaya meningkatkan pelayanan dan kepercayaan dari konsumen dengan pendapatan berbasis semakin banyak fitur *mobile banking* BRImo di tengah momentum melesatnya transaksi digital. “BRI juga mampu mencatat pertumbuhan *fee based income* yang semakin baik dengan ditopang meningkatnya transaksi secara digital dan kemudian berkat transformasi digital pula yang terus kami lakukan secara berkelanjutan. Dengan adanya perkembangan generasi yang maju akan dunia digital BRImo telah dilengkapi lebih dari 100 fitur dan terhubung ke berbagai *biller* serta aggregator untuk melayani beragam kebutuhan transaksi finansial nasabah. Beberapa fitur yang paling sering digunakan atau *killer features* BRImo antara lain *Digital Saving*, Registrasi BRImo, BRImo



Fast Menu, Tarik Tunai Tanpa Kartu hingga *Personal Financial Management* (BUMN.go.id diakses, 1 Desember 2022).

Dalam hal ini semakin banyaknya fitur dan layanan yang diberikan oleh BRI khususnya dalam aplikasi BRImo, apakah keamanan transaksi (*Transaction Security*) bisa diandalkan sebagai pelayanan elektronik (*E-Service Quality*) dan menjadikan kepercayaan elektronik (*E-Trust*) bagi nasabah atau konsumen, sehingga konsumen merasa puas (*E-Customer Loyalty*) sesuai harapan, karena loyalitas dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. BRI mengembangkan aplikasi BRImo untuk menjawab kebutuhan nasabah akan transaksi digital yang lebih mudah, cepat dan aman. Hingga saat ini BRI telah merilis lebih dari 100 fitur di dalam BRImo yang terhubung dengan berbagai aggregator/biller terbaik (BUMN.go.id diakses, 1 Desember 2022).

Dalam dunia digital dalam bertransaksi pada perangkat seluler, keamanan data, dan privasi semakin menjadi kekhawatiran yang signifikan di bidang teknologi khususnya pada pengguna *mobile banking* BRImo, dengan perkembangan perangkat aplikasi dan fitur pada BRImo saat ini tak lepas dari beberapa kasus sebelumnya yaitu pada tahun 2022 kejahatan siber pada *mobile banking* terjadi dan BRI sendiri melakukan beberapa tindakan secara cepat dengan melakukan kolaborasi dengan berbagai stakeholder, termasuk dengan perbankan, regulator, tenaga hukum, dan bekerja sama dengan Telco, Kemudian dari sisi bisnis *logic*-nya, bagaimana BRI meningkatkan deteksi jika terjadi transaksi anomali. Hal itu dilakukan dengan teknologi *big data* untuk bisa melihat adanya anomali-anomali yang terjadi. Sehingga deteksinya bisa cepat dan kemudian bisa merespon dengan cepat (CNBC Indonesia diakses, 17 April 2022). Hal ini yang meningkatkan risiko ditemukannya penetrasi terkait informasi dan data yang

disediakan oleh pengguna/nasabah, dari permasalahan tersebut loyalitas nasabah menjadi pertimbangan bagi para penyedia jasa/produk.

Menurut Saidani & Arifin (2012) definisi loyalitas pelanggan yaitu selaku reaksi pelanggan terhadap penilaian ketidak sesuaian atau kesesuaian yang dirasakan pelanggan antara harapan serta kinerja aktual jasa. Loyalitas konsumen merupakan tujuan utama dalam keberhasilan *mobile banking* BRImo yang mana untuk menciptakan kesetiaan konsumen itu tidak mudah, dalam hal ini perlu ada kepercayaan dan pelayanan yang baik untuk meyakinkan konsumen atau nasabah.

Dengan adanya keamanan transaksi (*transaction security*) menjadikan salah satu fitur terpenting bagi pengembang dan pengguna aplikasi khususnya di aplikasi mobile banking, tanpanya kepercayaan pengguna dapat terkikis. Menurut Indah & Prasetyo (2022) *transactin securuty* adalah suatu sistem yang harus ada pada *e-commerce* sebagai sistem keamanan yang mencegah kejahatan atau keadaan yang tidak terduga pada *e-commerce*. Keamanan aplikasi seluler berfokus pada keamanan perangkat lunak aplikasi seluler di berbagai platform seperti *Android-OS*, *iOS*, *Harmony-OS* serta *Symbian-OS*. Saat ini, lebih banyak pengguna mengandalkan aplikasi seluler untuk banyak tugas digital mereka daripada aplikasi *desktop*. Meski begitu, ada beberapa nasabah/konsumen dengan loyalitasnya memiliki pendapat yang berbeda pada *transaction security*, hal ini dibuktikan dengan beberapa penelitian terdahulu dari Nurfauzan (2021) dan Fatnur (2022) yang mana diantara kedua penelitian ini memiliki hasil yang berbeda pada *transaction security* terhadap *customer loyalty*.

Dengan meningkatnya jumlah transaksi yang dilakukan secara online *customer loyalty* pada *mobile banking* seharusnya menjadi wadah bagi perusahaan jasa (Bank) untuk memberikan pelayana yang maksimal bagi konsumennya, karena menurut Rozi (2021) kualitas pelayanan atau *e-service quality* adalah tindakan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak

lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan menyebabkan kepemilikan sesuatu pada *e-commerce*. Dalam hal ini, para konsumen/nasabah cenderung memilih perusahaan yang dapat memberikan kualitas baik dalam hal pelayanan dan loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk kelangsungan usahanya. Pada penelitian terdahulu dari Wirapraja et al (2021), Rizal (2021) dan Nurrohman (2022) yang mana hasil semua penelitian tersebut menyatakan signifikan antara *e-service quality* terhadap *customer loyalty*.

Dari pelayanan yang baik, kepercayaan dari *customer loyalty* juga menjadi hal penting, dalam *e-commerce* menurut Pramana & Rastini (2016) *e-trust* adalah sebuah jenis refleksi emosional bagi perdagangan. Hal ini tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan atau layanan manfaat, serta tingkat konsistensi harapan dan hasil aktual. Apabila nasabah mengharapkan suatu pelayanan pada tingkat tertentu, dan yang dirasakannya pelayanan yang diterima lebih tinggi dari apa yang diharapkannya dan tetap menggunakan produk atau pelayanan tersebut, maka nasabah tersebut dapat dikatakan percaya. Demikian pula apabila nasabah mengharapkan suatu tingkat pelayanan tertentu, dan pada kenyataannya nasabah tersebut merasakan bahwa pelayanan yang diterimanya sesuai dengan harapannya, maka nasabah tersebut dapatlah dikatakan loyal. Namun masih ada beberapa nasabah yang meragukan jaminan yang telah diberikan, meski begitu ada banyak nasabah juga yang mengakui kualitas dari BRImo. Hal ini dibuktikan pada beberapa penelitian terdahulu dari Rizal (2021) dan Fatnur (2022) yang memiliki hasil yang berbeda dari *e-trust* terhadap *customer loyalty*.

Dengan beberapa hal yang telah disampaikan terlebihnya pada fitur yang saat ini semakin berkembang yang diberikan oleh BRI khususnya dalam aplikasi BRImo, apakah keamanan transaksi (*Transaction Security*) bisa diandalkan sebagai pelayanan elektronik (*E-Service Quality*) dan menjadikan kepercayaan elektronik (*E-Trust*) bagi nasabah atau konsumen, sehingga konsumen merasa puas (*E-Customer Loyalty*) sesuai harapan, karena

kepuasan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan dalam hubungan dan harapannya. BRI mengembangkan aplikasi BRImo untuk menjawab kebutuhan nasabah akan transaksi digital yang lebih mudah, cepat dan aman. Hingga saat ini BRI telah merilis lebih dari 100 fitur di dalam BRImo yang terhubung dengan berbagai aggregator/*biller* terbaik (BUMN.go.id diakses, 1 Desember 2022).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian ini berjudul “ANALISIS PENGARUH TRANSACTION SECURITY, E SERVICE QUALITY DAN E TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA MOBILE BANKING BRIMO”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah penelitian yang disajikan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh antara *transaction security* terhadap *customer loyalty*?
2. Bagaimana pengaruh antara *e-service quality* terhadap *customer loyalty*?
3. Bagaimana pengaruh antara *e-trust* terhadap *customer loyalty*?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *transaction security* berpengaruh terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna mobile banking BRImo.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna mobile banking BRImo.

3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah *e-service* berpengaruh terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna mobile banking BRImo.

### 1.3.2 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dari segi praktis maupun segi teoritis. Penjelasan dari segi praktis dan teoritis adalah sebagai berikut :

#### 1. Segi Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan pengetahuan, manfaat serta referensi tambahan untuk penelitian sejenis yang akan dilakukan di masa yang akan datang yang berkaitan dengan *transaction security*, *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *customer loyalty* pada pengguna *mobile banking* BRImo.

#### 2. Segi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian keilmuan tentang faktor – faktor yang dipertimbangkan *customer loyalty* terhadap pengguna *mobile banking* BRImo. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi para peneliti dalam ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan *transaction security*, *e-service quality* dan *e-trust*.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan uraian pembahasan dan hasil penelitian ini maka dapat menghasilkan beberapa poin yaitu sebagai berikut

1. *Transaction security* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna *mobile banking* BRImo studi kasus mahasiswa Universitas Islam Malang angkatan 2019.
2. *E-service quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna *mobile banking* BRImo studi kasus mahasiswa Universitas Islam Malang angkatan 2019.
3. E-trust secara parsial dan tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada pengguna *mobile banking* BRImo studi kasus mahasiswa Universitas Islam Malang angkatan 2019.

#### 5.2. Keterbatasan

Dalam penelitian ini, penulis memiliki keterbatasan yaitu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan mendistribusikan kusioner secara online sehingga peneliti tidak dapat mengantisipasi jawaban responden yang menjawab asal.

#### 5.3. Saran

Menurut jawaban informan yang terikat pada item pernyataan terkecil dari variable dan sebagai bahan pertimbangan kedepannya adalah sebagai berikut :

1. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan metode pengumpulan data yang lain agar dapat mengantisipasi jawaban asal, seperti metode pengumpulan data

secara langsung/wawancara.

2. Penelitian selanjutnya disarankan dapat menambah item-item pertanyaan agar hasil penelitian lebih baik. Skala likert yang digunakan bisa dengan 7 titik agar responden dapat lebih bebas menggambarkan dirinya.



**Daftar Pustaka**

- Azwar, S. (2003). *Reliabilitas Dan Validitas*. Pustaka Pelajar.
- Djarwanto. (1994). Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi.
- Dr. Khamdan Rifa'i, SE., M. S. (2015). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.
- E. Mamang Sangadji. (2013). *Prilaku Konsumen*.
- Fatnur, A. F. (2022). Pengaruh Keamanan, Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Mobile Banking Brimo.
- Ghozali, Imam (2011). Aplikasi Analisis *Multivariate* dengan Program IBM SPSS 19 (Ghozali Imam, Ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2013). Aplikasi Analisis *Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi* (Ghozali Imam, Ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2016). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII (Ghozali Imam, Ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Ghozali Imam, Ed.). BP Universitas Diponegoro.
- Indah, M., & Prasetyo, W. D. (2023). Analisis Keamanan Sistem Informasi *Mobile Banking* Terhadap Nasabah Studi Kasus: Bank Rakyat Indonesia (BRI) (Vol. 2, Issue 1).
- Kuncoro Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga.
- Mazhar, F., Rizwan, M., Fiaz, U., Ishrat, S., Razzaq, M. S., & Khan, T. N. (2014). An Investigation of Factors Affecting Usage and Adoption of Internet & Mobile Banking In Pakistan. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 1(1), 478. <https://doi.org/10.5296/ijaf.v4i2.6586>
- D.S Nurrohman. (2022). Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Trust* Terhadap *e-Loyalty* Pengguna BSI *Mobile* Dengan *E-Customer Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening.
- Muhammad Pasha Nurfauzan. (2021). Pengaruh Harga, Keamanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Halodoc Ditengah Kondisi Pandemi Covid-19).
- Pramana I Gede Yogi, & Rastini Ni Made. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(1), 706–733.
- Rifa'i Khamdani. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.

- Ahmad Rizal. (n.d.). Analisis Pengaruh *E-Service Quality*, *E-Satisfactions* Dan *E-Trust* Terhadap *E-Customer Loyalty* Pada Pengguna *Mobile Banking* Brimo.
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Minat Beli Pada Ranch Market. In *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) /Vol* (Vol. 3, Issue 1).
- Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Sanusi Anwar, Ed.). Salemba Empat.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT. Alfabet.
- Sujarweni. (2014). *Metodologi Penelitian* (Sujarweni Wiratna, Ed.). Pustaka Baru Press.
- Tabar M.J. (2014). *Mobile-banking adoption by Iranian bank clients*. *International Journal*, 31(1), 62–78.
- W. Khan Sazhia. (2019). *Cyber Security Issues and Challenges in E-Commerce*.
- Wirapraja, A., Aribowo, H., & Setyoadi, E. T. (2021). *The Influence of E-Service Quality, and Customer Satisfaction On Go-Send Customer Loyalty In Surabaya*. In *Indonesian Journal of Information Systems (IJIS)* (Vol. 3, Issue 2).
- [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id), diakses pada 7 September 2022
- [www.wearesocial.com](http://www.wearesocial.com), diakses 14 Februari 2022
- [www.kominfo.com](http://www.kominfo.com), diakses pada 29 September 2020
- [www.databoks.kadata.co.id](http://www.databoks.kadata.co.id), diakses pada 15 Februari 2022
- [www.databoks.kadata.co.id](http://www.databoks.kadata.co.id), diakses pada 15 November 2022
- [www.BUMN.go.id](http://www.BUMN.go.id) , di akses, 1 Desember 2022
- [www.cnbc.com](http://www.cnbc.com), diakses, 17 April 2022
- [www.bri.co.id](http://www.bri.co.id), diakses pada 14 Desember 2020
- [www.ir-bri.com](http://www.ir-bri.com), diakses pada 19 Agustus 2019