

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI *CONTINUANCE INTENTION*
PADA LAYANAN BSI MOBILE DENGAN *EXPECTATION-CONFIRMATION*
*MODEL (ECM)***

(Studi Kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus)

SKRIPSI

Disusun guna memenuhi tugas dan melengkapi syarat

Guna memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun Oleh :

DEA AYUK SESILAWATI

NIM : 2005036019

**S1 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngalyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Dea Ayuk Sesiawati

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Dea Ayuk Sesiawati
NIM : 2005036019
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "Analisis Factor Yang Mempengaruhi *Continuence Intention* Pada Layanan BSI Mobile Dengan *Expectation Confirmation Model (ECM)* (Studi Kasus Pada BSI KC Kudus)".

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 09 September 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag.
NIP. 196701191998031002

Ana Zahrotun Nihayah S.E. M.A
NIP. 198907082019032018

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALIASONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JL. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185. Telp./Fax. : (024) 7608454
Website : www.febi.walisongo.ac.id, Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini :

Nama : Dea Ayuk Sesilawati
NIM : 2005036019
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judu : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi *Continuance Intention* Pada Layanan BSI Mobile Dengan *Expectation Confirmation Model* (ECM) (Studi kasus Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus)

Telah di ujikan dalam sidang *munaqosyah* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS dengan predikat *cumlaude* pada tanggal : 23 September 2024

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2024/2025

Semarang, 23 September 2024

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang,

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., MM.
NIP. 197302172006041001

Penguji Utama I,

Arief Darmawan, M.Pd
NIP. 198804222020121002

Pembimbing I,

Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.
NIP. 196701191998031002

Sekretaris Sidang,

Ana Zahrotun Nihawah, S.E., M.A.
NIP. 198907082019032018

Penguji II,

Azizatur Rahma, M.A
NIP. 199406152020122011

Pembimbing II,

Ana Zahrotun Nihawah, S.E., M.A.
NIP. 198907082019032018



MOTTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah SWT tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

QS. Al-Baqarah (2):286

“Orang tua dirumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka, simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu”

-Ika DF

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan segenap rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT karena telah memberikan Rahmat dan karuniaNya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Supartono dan Ibu Amrihwati yang menjadi alasan saya dapat bertahan dalam setiap proses yang saya jalani selama di bangku perkuliahan ini. Terimakasih karena telah memberikan kasih sayang yang begitu besar untuk anak-anaknya. Terimakasih atas kesabaran yang tulus ikhlas membesarkan, merawat dan memberikan dukungan baik moral dan material, serta selalu mendoakan saya hingga saya dapat menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kebahagiaan dan rasa bangga kalian menjadi tujuan utama dalam hidup saya. Semoga Allah senantiasa memuliakan Bapak dan Ibu di dunia dan akhirat.
2. Kepada keluarga besar saya yang senantiasa memberi dukungan serta dorongan serta doa untuk kesuksesan peneliti. Sekaligus yang selalu menjadi teman dan selalu menghibur saya disetiap keadaan. Terimakasih karena telah membantu segala proses yang saya lakukan dalam pengerjaan skripsi ini.
3. Dosen pembimbing Bapak Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid M.Ag dan Ibu Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A. yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi saya, semoga selalu diberikan kesehatan dan keberkahan oleh Allah SWT.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan skripsi ini tidak berisi materi yang telah ada dan pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi pikiran – pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 17 September 2024

Deklarator



Dea Ayuk Sesilawati

NIM 2005036019

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku, nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus disalin ke dalam huruf Latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu ditetapkan satu transliterasi sebagai berikut:

A. Konsonan

أ = Alif	خ = Kha	ش = Sya	غ = Gha	ن = Na
ب = Ba	د = Da	ص = Sha	ف = Fa	و = Wau
ت = Ta	ذ = Dza	ض = Dal	ق = Qa	ه = Ha
ث = Sa	ر = Ra	ط = Tha	ك = Ka	ء = Hamzah
ج = Jim	ز = Za	ظ = Za	ل = La	ي = Ya
ح = Ha	س = Sa	ع = Ain	م = Ma	

B. Vokal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َ	Fathah	A
ِ	Kasrah	I
ُ	Dammah	U

C. Diftong

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
َـي	Fathah dan ya	Ai
َـو	Fathah dan wau	Au

D. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin
ا...ى...	Fathah dan alif atau ya	Ā
ى...	Kasrah dan ya	Ī
و...ُ	Dammah dan wau	Ū

E. Syaddah (-)

Syaddah dilambangkan dengan konsonan ganda (ّ).

F. Kata Sandang

Kata sandang (...) ال ditulis dengan al misalnya = الصناعة al-shina'ah. Al ditulis dengan huruf kecil kecuali jika terletak pada permulaan kalimat.

G. Ta' Marbutah (ة)

Setiap ta' marbutah ditulis dengan "h" misalnya = لمعيشة الطبيعية al-ma'isyah al-thabi'iyah.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang tumbuh secara pesat saat ini, menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting adanya inovasi teknologi ini banyak mengubah segi kehidupan manusia, dimulai dari gaya hidup, hingga kegiatan ekonomi masyarakat. Munculnya inovasi teknologi juga mendorong munculnya model bisnis baru dengan basic digital yang lebih efisien dan inovatif. Salah satunya yakni *Mobile Banking*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi *continuance intention* pengguna mobile banking dengan menggunakan kerangka teori *Expectation Confirmation Model (ECM)*. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi *perceived usefulness*, *confirmation*, dan *satisfaction* yang diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan layanan mobile banking.

Data penelitian dikumpulkan melalui survei terhadap sejumlah 100 nasabah bank yang menggunakan layanan BSI mobile banking, dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modelling (*SEM*) dengan aplikasi *Smartpls 4*. Dengan teknik analisis data outer model dan inner model.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel yang dianalisis, yaitu *perceived usefulness*, *confirmation*, dan *satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*. Dengan demikian, semakin tinggi persepsi manfaat, kepuasan, dan kesesuaian harapan yang dirasakan pengguna, semakin besar niat mereka untuk terus menggunakan layanan *mobile banking*. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan mobile banking di industri perbankan.

Kata Kunci: Itensi Keberlanjutan, Ekspektasi Konfirmasi Model, mobile banking, kepuasan, persepsi manfaat.

ABSTRACT

The rapid development of technology today has become a very important need for technological innovation to change many aspects of human life, starting from lifestyle to economic activities of the community. The emergence of technological innovation has also encouraged the emergence of new business models with a digital base that can be said to be more efficient and innovative. One of them is Mobile Banking. This study aims to analyze the factors that influence the continuance intention of mobile banking users using the Expectation Confirmation Model (ECM) theoretical framework. The factors analyzed include perceived usefulness, confirmation, and satisfaction, which are thought to have a significant influence on the user's intention to continue using mobile banking services.

Research data were collected through a survey of 100 bank customers who use BSI mobile banking services, and analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) with the Smartpls 4 application. With outer model and inner model data analysis techniques.

The results of the study showed that all variables analyzed, namely perceived usefulness, confirmation, and satisfaction, had a significant effect on continuance intention. Thus, the higher the perception of benefits, satisfaction, and suitability of expectations felt by users, the greater their intention to continue using mobile banking services. These findings provide practical implications for developing marketing strategies and improving the quality of mobile banking services in the banking industry.

Keywords: *continuance intention, expectation confirmation model, mobile banking, satisfaction, perceived usefulness.*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Tiada kata yang pantas diucapkan selain ucapan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Suatu nikmat kebahagiaan yang terdalam bagi saya sebagai penulis, dengan semangat dan asa yang tidak kenal putus asa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Factor yang mempengaruhi Continuance Intention Pada Layanan BSI mobile Dengan Syariah Expectation Confirmation Model (*ECM*) (Studi Kasus Bank Syariah Kantor Cabang Kudus)” sebagai tugas akhir dalam Pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penulisan Skripsi ini disusun guna memenuhi dan melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Walisongo Semarang. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini banyak pihak yang terlibat dalam memberikan bimbingan dan arahan, serta kritik saran kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini. Maka pada kesempatan ini dengan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag. selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc. selaku ketua jurusan dan Ibu Mardhiyaturrositaningsih, ME. selaku sekretaris jurusan S1 Perbankan Syariah.

4. Ibu Heny Yuningrum S.E., M.Si. selaku dosen wali yang telah memberikan arahan dan saran dari awal perkuliahan hingga proses penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Ana Zahrotun Nihayah, S.E., M.A selaku Pembimbing II, yang telah membimbing dan memberikan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dosen, Karyawan, serta Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
7. Segenap teman-teman jurusan S1 Perbankan Syariah Angkatan 2020 terkhusus kelas PBAS-A.
8. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang dengan tulus selalu memberikan doa, semangat dan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya. Wassalamualaikum Wr. Wb..

Semarang, 17 September 2024

Peneliti,



Dea Ayuk Sesilawati
NIM. 2005036019

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iv
DEKLARASI.....	v
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat penelitian.....	10
1.4.1 Manfaat Secara Teoritis.....	10
1.4.2 Manfaat secara praktik.....	10
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	10
BAB II.....	12

2.1 Kajian Teori.....	12
2.1.1 Expectation Confirmation Model	12
2.1.2 Continuance Intention.....	13
2.1.3 Confirmation.....	14
2.1.4 Perceived Usefulness	16
2.1.5 Satisfaction	17
2.1.6 Bank Syariah.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Kerangka Teori.....	27
2.4 Hipotesis.....	29
2.4.1 Pengaruh confirmation terhadap perceived usefulness dan satisfaction	29
2.4.2 Pengaruh perceived usefulness terhadap satisfaction dan continuance intention.....	29
2.4.3 Pengaruh satisfaction terhadap continuance intention.....	30
BAB III	32
3.1 Jenis penelitian dan sumber data.....	32
3.1.1 Jenis penelitian	32
3.1.2 Sumber data	32
3.2 Populasi dan sampel	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel	33
3.3 Metode pengambilan data	34
3.3.1 Studi pustaka.....	34
3.3.2 Angket / kuesioner.....	34
3.4 Definisi Operasional.....	35
3.5 teknik analisis data	37

3.5.1 Uji Analisis Statistik Deskriptif.....	37
3.5.2 Partial Least Square	37
3.6 Pengujian Hipotesis.....	40
BAB IV	42
4.1 Gambaran umum.....	42
4.1.1 Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia	42
4.1.2 Visi, misi dan nilai.....	43
4.2 Analisis Demografis.....	44
4.2.1 Hasil analisis Demografis.....	44
4.3 Hasil Analisis Measurement Model (Outer Model).....	47
4.3.1 Individual Indicator Reability.....	47
4.3.2 Internal consistency Reability	48
4.3.3 Convergent Validity	49
4.3.4 Discriminant Validity	50
4.4 Hasil Analisis Structural Model (Inner Model).....	52
4.4.1 Path coefficient.....	52
4.4.2 Coefficient of Determination.....	53
4.4.3 T-test.....	54
4.4.4 Effect size	55
4.4.5 Pengujian Hipotesis	56
4.5 Interpretasi Hasil Penelitian	57
4.5.1 Interpretasi dan pembahasan Hasil Analisis Measurent Model (Outer Model)	58
4.5.2 Interpretasi dan pembahasan hasil Analisis Structural Model (Inner Model).....	58
BAB V	62
5.1 Kesimpulan.....	62

5.2 Keterbatasan Penelitian	63
5.3 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
L A M P I R A N.....	69
1.Lampiran Angket/Kuesioner.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kepemilikan Gawai 2021.....	3
Gambar 1. 2 penggunaan aplikasi seluler 2021	3
Gambar 1. 3 Laporan Maintenance BSI	5
Gambar 4. 1 Grafik pie Jenis kelamin Responden.....	45
Gambar 4. 2 Grafik pie Usia Responden	46
Gambar 4. 3 Grafik pie Pekerjaan Responden.....	46
Gambar 4. 4 Grafik pie Frekuensi Transaksi Responden	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah pengguna Aplikasi BSI Mobile.....	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3. 1 Skala likert 1-5.....	35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	35
Tabel 3. 3 Kriteria Penilaian	39
Tabel 3. 4 kriteria penilaian	40
Tabel 3. 5 kriteria penilaian	40
Tabel 4. 1 Nilai <i>Outer Loading</i>	47
Tabel 4. 2 Nilai <i>Composite Reability</i>	48
Tabel 4. 3 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	49
Tabel 4. 4 Nilai <i>Average variance Extracted (AVE)</i>	49
Tabel 4. 5 Nilai <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 4. 6 Nilai <i>Fornel Lackers</i>	51
Tabel 4. 7 Nilai Keseluruhan <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	51
Tabel 4. 8 Hasil <i>path Coefficient</i>	53
Tabel 4. 9 <i>Coefficient of Determination (R²)</i>	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji T-test.....	54
Tabel 4. 11 Nilai <i>Effect Size</i>	55
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis.....	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi digital merupakan sebuah fenomena yang tidak bisa dihindari, saat ini beragam penerapan teknologi informasi bertransformasi dari yang dilakukan secara manual/tradisional menjadikan digital, hampir semua bidang dalam kehidupan sehari – hari ter-khususnya pada penggunaan jasa dan kegiatan ekonomi jual/beli lainnya mulai berinovasi dan memerlukan suatu layanan yang lebih cepat dan tepat melalui platform digital. Munculnya transformasi digital ini merupakan dampak dari adanya era disrupsi pada transformasi digital ini membutuhkan tenaga dan biaya yang signifikan, Teknologi digital berperan untuk mengurangi kegiatan ekonomi tradisional yang masih menggunakan transaksi manual(kuno),¹ akan tetapi hal tersebut yang menyebabkan akan terjadinya pengurangan tenaga kerja di berbagai aktivitas ekonomi. Perkembangan teknologi yang tumbuh secara pesat saat ini, menjadi suatu kebutuhan yang sangat penting dikarenakan teknologi informasi berperan sebagai solusi dari penyelesaian permasalahan secara cepat dan efisien, serta meringankan pekerjaan.²

Kemudian Teknologi informasi secara cepat juga mengalami perkembangan yang menyeret kehidupan masyarakat untuk ikut juga masuk di era baru atau yang disebut dengan era *Revolusi industry 4.0*. Pada era baru ini ditandai dengan munculnya pengembangan berbagai inovasi teknologi seperti *Internet of Things (IoT)*, *Cloud Computing*, *Artificial Intelligence (AI)*, dan *Machine Learning*. Pada dasarnya inovasi teknologi ini banyak mengubah segi kehidupan manusia, dimulai dari gaya hidup, hingga kegiatan ekonomi masyarakat. Munculnya inovasi teknologi

¹ Satrio Ronggo Buwono, Lastuti Abubakar, dan Tri Handayani, “Kesiapan Perbankan Menuju Transformasi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Financial Technology (Fintech),” *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran*, 3.2 (2022), 228–41 <<https://doi.org/10.23920/jphp.v3i2.764>>.

² N Nurfadilla, “Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Banking (Studi Pada Bank Muamalat Kota Palopo),” ... *Dalam Menghadapi Era Digital Banking ...*, 2021 <<http://repository.umpalopo.ac.id/1625/>>.

juga mendorong munculnya model bisnis baru dengan basic digital yang bisa dikatakan lebih efisien dan inovatif. Sehingga hal tersebut membawa adanya peluang dan sekaligus tantangan yang perlu dikelola ataupun ditindaklanjuti dengan baik.³ *Revolusi industry 4.0* telah merambah kepada sector keuangan terkait perbankan, sejalan dengan adanya perkembangan teknologi, layanan bank juga mengalami evolusi untuk mengarah kepada layanan digital banking. Pada layanan digital *banking* ini lebih diorientasikan untuk pemenuhan kebutuhan nasabah dengan memanfaatkan sepenuhnya teknologi melalui perangkat digital seperti aplikasi sebagai *delivery channel* yang bisa diakses kapan aja dan dimana saja serta untuk meminimalisir interaksi dengan pegawai bank, hal ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi kegiatan operasional bank dan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya.⁴

Bank syariah merupakan Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan Prinsip Syariah dan berbagi risiko. Prinsip Syariah adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.⁵ Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang menginvestkan dananya ke bank kemudian bank menyalurkan dananya kepada pihak masyarakat yang membutuhkan dana(uang) yang terbebas dari riba (bunga)⁶. Pada dasarnya kegiatan usaha yang dilakukan bank diarahkan untuk mencapai hasil maksimal laba bersih, karena laba bersih merupakan ukuran untuk menilai baik tidaknya suatu bank telah memadai dari kegiatan penyaluran dana.⁷ Layanan *electronic banking* adalah salah satu kemajuan inovasi yang dilakukan oleh bank untuk mengadopsi transaksi secara digital, Kini memakai *electronic banking* untuk melakukan transaksi baik itu transfer ataupun yang lain. Penggunaan teknologi seluler semakin meluas terutama di

³ Otoritas Jasa Keuangan, “Cetak Biru Transformasi Digital Bank,” 2021.

⁴ Otoritas Jasa Keuangan, “Panduan Penyelenggaraan Digital Branch,” *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch*, 2016, hal. 15.

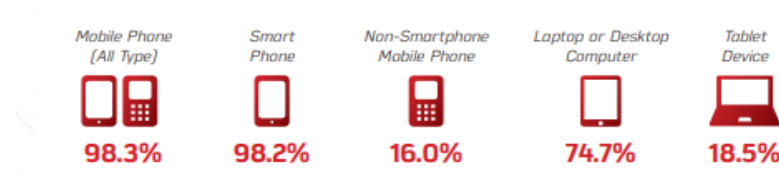
⁵ Otoritas Jasa Keuangan, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.”

⁶ Ana Zahrotun Nihayah dan Lathif Hanafir Rifqi, “Kontribusi Perbankan Syariah terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6.2 (2022), 183–94 <<https://doi.org/10.31294/eco.v6i2.12998>>.

⁷ Astri Anantasari Azizah, Ade Yusuf Mujaddid, dan Dessy Noor Farida, “The Effect of Margin Income and Shares of Results on Net Profit Achieved In BRI Syariah,” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 3.1 (2021), 63–82 <<https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.1.8158>>.

Indonesia berbagai aplikasi dapat diamati dikalangan pengguna mulai dari percakapan telepon dan pesan teks sederhana hingga layanan pesan multimedia dan akses internet.

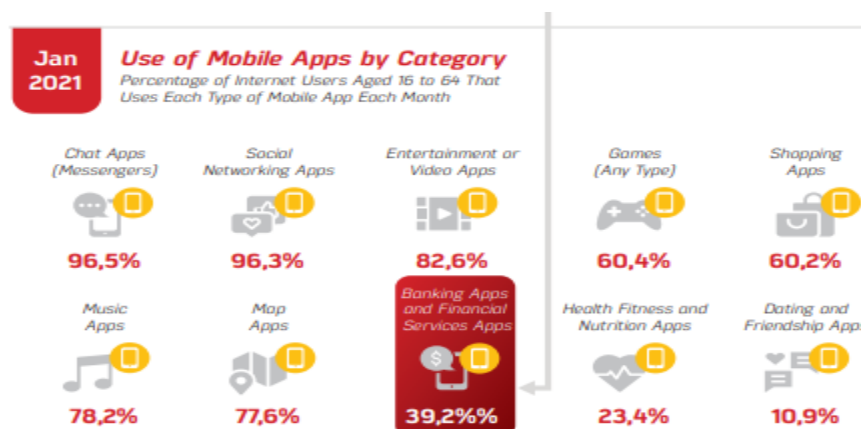
Gambar 1. 1 Kepemilikan Gawai 2021



Sumber : OJK ‘cetak biru transformasi digital bank’ 2021.

Hal ini dibuktikan dengan kepemilikan gawai oleh masyarakat yang mencapai dengan 98,3% yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan aktivitas ekonomi dan keuangan secara mandiri melalui perangkat dan internet. Dengan tingginya penggunaan smartphone ini juga ditandai dengan adanya penurunan jumlah kantor cabang Pada Juni 2021, tercatat terdapat 29.661 kantor cabang Bank Umum. Angka ini menurun dari 5 (lima) tahun sebelumnya yang berjumlah 32.276 kantor cabang pada tahun 2017⁸.

Gambar 1. 2 penggunaan aplikasi seluler 2021



Sumber : OJK ‘Cetak biru transformasi digital bank’ 2021

⁸ Otoritas Jasa Keuangan, “Cetak Biru Transformasi Digital Bank.”

Menurut laporan *We Are Social dan Hootsuite*, sebagian besar pengguna internet berusia antara 16 hingga 64 tahun mengakses aplikasi *chatting*, media sosial, dan aplikasi belanja online dengan presentase di atas 90% sedangkan penggunaan *banking apps* baru sebesar 39,2%. Meskipun demikian angka ini meningkat dari tahun 2020 yang hanya sebesar 33%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa semakin banyak pengguna internet yang mulai beralih menggunakan *banking apps* dalam bertransaksi keuangan. maka akan Semakin meningkatnya pula penetrasi internet dan jumlah pengguna aktif smartphone maka jumlah pengguna banking apps berpeluang untuk semakin bertambah⁹.

Tabel 1. 1 Jumlah pengguna Aplikasi BSI Mobile

Bulan (Triwulan)	Jumlah user	Volume Transaksi
Oktober – Desember 2022	4,81 juta	335,65 T
Juni – Agustus 2023	5,39 juta	220,56 T
Oktober – Desember 2023	6,31 juta	467,42 T

Sumber : Laporan Triwulan Bank Syariah Indonesia 2022 - 2023

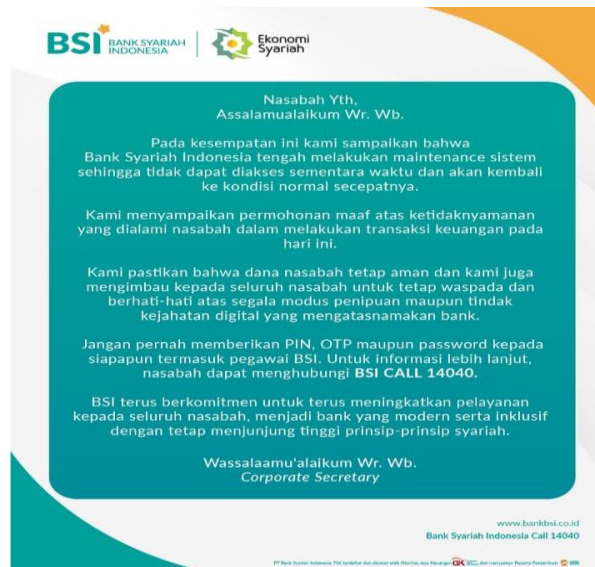
Hal tersebut juga dibuktikan dengan data laporan penggunaan mobile banking bank syariah Indonesia yang juga mengalami peningkatan setiap bulannya. Dengan adanya kepraktisan yang didapat dan didukung dengan kecenderungan masyarakat yang menyukai hal instan sehingga membuat mereka memiliki minat untuk menggunakan kembali layanan. Serta dalam keunggulan yang dimiliki, terdapat risiko dalam penggunaannya. Risiko merupakan suatu ketidakpastian yang dirasakan oleh pengguna yang menimbulkan kerugian kepada pengguna¹⁰. seperti keamanan dalam bertransaksi dan perlindungan data, hal tersebut menjadi penting apabila data tersebut tersebar dan merugikan pihak pemilik, sehingga Bocornya privasi nasabah dapat menyebabkan kehilangan kepercayaan nasabah terhadap bank tersebut, dan risiko

⁹ Otoritas Jasa Keuangan, “Cetak Biru Transformasi Digital Bank.”

¹⁰ Fairuz Rizkitasari dan Dian Ari Nugroho, “Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Koreabuys.Com),” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013), 17.

yang berpotensi merugikan pengguna dan pihak pengembang harusnya dapat meningkatkan keamanan dari sistem yang dimilikinya, serta memberikan edukasi terhadap calon pengguna sehingga mampu meminimalisir terjadinya kesalahan yang merugikan pengguna digital banking ini.

Gambar 1. 3 Laporan Maintenance BSI



Sumber : official LifewithBsi

Tangesow & Tumbel adanya risiko menjadi pertimbangan nasabah ketika ingin menggunakan layanan digital, nasabah akan menggunakan layanan ketika dirasa risiko yang didapatkan bersifat rendah, karena ketika risiko bersifat tinggi nasabah tidak ingin menggunakan kembali dan memilih untuk menepi.¹¹ seperti pada bulan Mei 2023 yang lalu terdapat kasus *serverdown/maintenance* yang dialami oleh pihak bank syariah Indonesia. Segala aktivitas operasional digital tidak dapat diakses selama hampir 3 hari. Dan kemudian dapat digunakan akses digital secara bertahap beberapa hari hingga operasional digital dapat digunakan seperti semula, dan dengan adanya keluhan dapat menimbulkan rasa kecewa dan ketidakpuasan dan tentu hal

¹¹ Nofialita Tangesow dan Altje L Tumbel, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Unsrat 2014),” *Jurnal EMBA*, 7.3 (2019), 3468–77.

tersebut dapat mempengaruhi tinggi rendahnya minat penggunaan berkelanjutan masyarakat. Pada data pengguna mobile banking yakni :

Penggunaan layanan mobile banking pada tahun 2024 mengalami kenaikan , Pada data yang diuraikan pihak bank pengguna user aktif mobile banking per Januari 2024 adalah 9.000 nasabah hal ini mengalami kenaikan dari tahun sebelumnya yang diuraikan user aktif mobile banking sebesar 8.330 dan cif yang terdaftar pada bank yaitu 40 ribu user Rekening¹².

Minat menggunakan ulang adalah perilaku nasabah yang melakukan kunjungan/menggunakan kembali suatu produk atau jasa perusahaan karena adanya respon positif terhadap kualitas perusahaan tersebut¹³. Nasabah akan menggunakan kembali layanan ketika kebutuhannya terpenuhi. Adanya layanan digital memberikan akses kenyamanan kepada nasabah dengan transaksi yang bisa dilakukan sesuai keperluan nasabah tanpa adanya keterikatan oleh waktu. Terdapat factor *Continuance Intention* yang rendah karena adanya *e- satisfaction* yang sering disebut sebagai penilaian atau evaluasi pada suatu produk atau layanan dari pengalaman sebelumnya¹⁴. Definisi *E-Satisfaction* merupakan suatu kepuasan yang didapatkan oleh konsumen, karena semakin puas konsumen dalam melakukan suatu transaksi maka konsumen akan memiliki minat untuk terus melakukan transaksi hal ini didukung oleh penelitian Ruli Wahyuning¹⁵; Dessanti Putri¹⁶ bahwa kepuasan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Continuance intention. Artinya nasabah pengguna akan tetap menggunakan layanan apabila ia merasakan kepuasan dalam penggunaan suatu sistem. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

¹² Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus

¹³ Ewaldina Radja More dan Suprpti, “Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile banking,” *Seminar Nasional Riset dan pengabdian Masyarakat: Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi (SEMAE)*, 2022.

¹⁴ Arfani Nariah Amini dan Abdul Yusuf, “Pengaruh E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap Continuance Intention Pada Pengguna E-Money (Survei Pada Pengguna Flazz BCA di Indonesia),” *Jambura*, 6.3 (2024), 1401–10 <<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>>.

¹⁵ Ruli Wahyuning Tyas dan Nurul Azizah, “Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA Melalui Continuance Use Intention Dengan Expectation Confirmation Model,” *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14.2 (2022), 126–40 <<https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.772>>.

¹⁶ Dessanti Putri Sekti, Ari Ferinda, dan Nabilah Putri, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi E-Filling,” *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 16.2 (2022), 183–90 <<https://profit.ub.ac.id>>.

Indah Lestari¹⁷ bahwa kepuasan tidak memiliki pengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan pengguna.

Dugaan yang mempengaruhi rendah tinggi nya kepuasan adalah *persepsi usefulness*, Layanan banking diadopsi untuk memberikan kemudahan bagi pengguna nya, sehingga nasabah tidak kesulitan untuk menggunakan layanan banking, selain itu nasabah minat menggunakan layanan elektronik karena adanya manfaat yang didapatkan dalam penggunaannya. *perceived usefulness* adalah Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerja dengan demikian, sudut pandang individu mengenai bagaimana teknologi dapat menghemat pengeluaran, menghemat waktu, dan meningkatkan daya pengguna. Semakin sistem memberikan manfaat maka pengguna akan merasa puas akan penggunaannya. Hal ini seperti dalam penelitian Devi Suryani¹⁸; Satya Rizki¹⁹ dan Dwi mega²⁰ yang mengungkapkan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Artinya Pengguna akan merasa puas apabila pengguna sistem informasi merasakan manfaat atas sistem yang digunakan tersebut. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pemakai atas suatu sistem yang digunakan maka akan meningkatkan kepuasannya dan berbeda dengan penelitian hasil penelitian Syarif Mumtaza²¹; Erlangga Dwi²² yang menyatakan bahwa manfaat tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan.

¹⁷ Indah Lestari dan Rahmad Solling Hamid, “Analisis Tingkat Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali Layanan Transportasi Online Di Era Pandemi Covid-19,” *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 9.1 (2020), 27–35 <<https://doi.org/10.35906/je001.v9i1.482>>.

¹⁸ Devi Suryani, Ermansyah, dan Saipul Al Sukri, “Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek,” *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1.2021 (2020), 11–19.

¹⁹ Satya Rizky Irfansyah dan Yusuf Muflikh Raharjo, “Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Mobile Users’ Satisfaction dan Loyalty pada Aplikasi Go-Jek Oleh,” 2021, 2021.

²⁰ Dwi Mega dkk Lestari, “Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Risk Terhadap Continuance Intention Dalam Penggunaan Aplikasi DANA di Jakarta,” *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE XI*, 11.1 (2022), 401–9.

²¹ Syarif Mumtaza Fahmi, Jumi, dan M Nahar, “Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna,” *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6.2 (2020), 173–80.

²² Erlangga Dwi Putra, Salsabilla Athaullah, dan Abdul Yusuf, “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, dan Satisfaction terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation Model (ECM),” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13.1, 1 <<https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1051>>.

Dengan persepsi manfaat menjadi *factor continuance intention* semakin baik persepsi kegunaan yang dibentuk pengguna, maka semakin meningkat juga minat pengguna dalam menggunakan aplikasi secara berkelanjutan²³. Hal ini didukung oleh penelitian Nadyah Nur Ghozihan²⁴; Putri Rohadatul Aisy²⁵. Dwi Mega Lestari²⁶ bahwa manfaat (*usefulness*) berpengaruh positif terhadap *continuance intention*. Dan berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci Indah²⁷; Rahmi Utami²⁸ bahwa manfaat (*Usefullnes*) tidak memiliki pengaruh terhadap *continuance* yang artinya dapat diinterpretasikan rendah ataupun tinggi manfaat yang didapatkan pengguna maka tidak menjadi factor penentu pengguna nya untuk melakukan penggunaan secara berkelanjutan.

Kemudian *Confirmation* terjadi ketika kinerja produk atau layanan yang dipersepsikan secara tepat memenuhi harapan konsumen. Sedangkan *disconfirmation* ada dua yaitu *disconfirmation* positif dan negatif. *Disconfirmation* positif terjadi ketika kinerja produk melebihi atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan *disconfirmation* negatif terjadi ketika harapan melebihi kinerja. *Disconfirmation* positif cenderung menghasilkan kepuasan, sedangkan *disconfirmation* negatif akan mengarah ke ketidakpuasan konsumen.²⁹ Hal ini didukung oleh penelitian Roberto Andrew³⁰ dan Catherine³¹ bahwa *confirmation* memiliki pengaruh yang signifikan

²³ Lestari.

²⁴ Nadyah Nur Ghozihan dan Dian Ari Nugroho, "Perceived Security Terhadap Continuance Intention To Use Melalui Perceived Usefulness Pada Zoom," *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 01.4 (2022), 449–57 <<http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.04>>.

²⁵ Putri Rohadatul Aisy, "Pengaruh Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , dan User Satisfaction terhadap Continuance Intention dalam Bertransaksi dengan Dompert Digital ShopeePAY," 6.1 (2024), 44–55.

²⁶ Lestari.

²⁷ Suci Indah Puspasari dan Rojuaniah, "Pengaruh enjoyment dan persepsi kegunaan terhadap continuance intention pada layanan over the top lokal," *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3.2 (2023), 1–15 <<https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.216>>.

²⁸ Rahmi dkk Utami, "Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Time Saving Terhadap Continuous Usage Intention Dengan Attitude Towards Mobile Apps Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19," *Masarin Jurnal*, 0.0 (2022), 13–29.

²⁹ Martina Rahmawati Masitoh, "pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada niat beli ulang secara online.," *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21.1 (2017), 1–9.

³⁰ Roberto Andrew dan Retno Ardianti, "Perceived playfulness, perceived usefulness, confirmation dan continuance intention pada layanan video on demand: satisfaction sebagai mediasi," *MBR (Management and Business Review)*, 6.2 (2022), 195–211 <<https://doi.org/10.21067/mbr.v6i2.7549>>.

³¹ Catherine dan Miharni Tjokrosaputro, "Pengaruh Perceived Usefulness dan Confirmation terhadap Continuance Intention Pembelian Tiket Maskapai LCC: Dengan Satisfaction sebagai Mediator," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5.2 (2023), 383–91 <<https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23408>>.

terhadap *perceived usefulness* dan *satisfaction*. Penelitian Delvin valentine³² dan Anna Widayani³³ bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *confirmation* memiliki nilai lemah³⁴ dan berpengaruh negatif terhadap kepuasan yang artinya Bahwa *confirmation* tidak memberikan dampak kepuasan dalam menggunakan layanan. Hal ini dipertegas bahwa tingkat layanan yang disediakan tidak sesuai dengan harapan pengguna. Sehingga sebagian besar ekspektasi pengguna dari penggunaan mobile payment tidak terkonfirmasi³⁵.

Kemudian berdasarkan uraian masalah diatas yang mengatakan bahwa penurunan jumlah kantor cabang diharapkan untuk melakukan perbankan digital namun pada kenyataannya penggunaan digital banking masih dalam kategori rendah 39% dibanding dengan penggunaan aplikasi sosmed lainnya. Munculnya masalah di bank syariah indonesia memberikan dampak bagi nasabah dengan tidak bisa mengakses layanan digital bank selama beberapa hari dan menimbulkan beberapa reaksi nasabah dalam menghadapinya berupa ketakutan akan menggunakan digital banking. akan tetapi beberapa masih menggunakan dan tidak terpengaruhi oleh adanya kasus tersebut. Dan berdasarkan data diatas menyatakan bahwa dalam proses perbaikan yang mengakibatkan down nya server layanan masih terdapat user penggunaan layanan digital yang tinggi. Serta dengan adanya *Research Gap* yang mendasari, Dengan ini peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai tentang perilaku nasabah dalam melakukan penggunaan ulang mobile banking di bank syariah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah *confirmation* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* BSI Mobile?
2. Apakah *confirmation* berpengaruh terhadap *Satisfaction* BSI Mobile ?
3. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention* BSI Mobile ?

³² Delvin Valentino Agustinus dan Keni Keni, "Confirmation, Service Quality, Dan Quality Of Personalization Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3.3 (2021), 661 <<https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13150>>.

³³ Anna Widayani, Ika Rachmawati, dan Catarina Cori Pradnya Paramita, "Model Perilaku Niat Berkelanjutan Adopsi Mobile Payment UMK di Jawa Timur," *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 8.4 (2023), 870 <<https://doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1547>>.

³⁴ Agustinus dan Keni.

³⁵ Widayani, Rachmawati, dan Paramita.

4. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *satisfaction* BSI Mobile?
5. Apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention* BSI Mobile ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah *confirmation* berpengaruh terhadap *perceived usefulness* BSI Mobile.
2. Untuk mengetahui apakah *confirmation* berpengaruh terhadap *satisfaction* BSI Mobile.
3. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *continuance intention* BSI Mobile
4. Untuk mengetahui apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap *satisfaction* BSI Mobile.
5. Untuk mengetahui apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *continuance intention* BSI Mobile.

1.4 Manfaat penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Teoritis

Penelitian ini memberikan gambaran langkah strategis bagi perusahaan dalam upaya mengembangkan mobile banking. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi perusahaan

Kemudian untuk memahami factor yang mempengaruhi pengguna untuk mempertahankan nasabah agar tetap menggunakan layanan secara berkelanjutan yang ditinjau dari adanya factor manfaat dan pengalaman sebelumnya nasabah.

1.4.2 Manfaat secara praktik

Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam mengukur niat berkelanjutan sistem informasi. Selain itu pembaca dapat memahami mengenai variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkelanjutan aplikasi mobile banking.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memudahkan penulisan dan pembahasan skripsi ini, maka dalam pembuatannya dibagi menjadi beberapa bagian dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori – teori yang berkaitan dengan variabel penelitian. Serta beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilaksanakan, dan studi *literature* ini akan menjadi pendoman penulis dalam menyelesaikan permasalahan yang akan dilaksanakan.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Bab ini juga berisikan metode-metode yang akan digunakan untuk mengolah data penelitian. Meliputi teknik pengumpulan data, penentuan sample dan teknik analisis data yang akan digunakan .

BAB IV HASIL PEMBAHASAN

Pada bagian Bab 4 ini berisi tentang gambaran umum tentang Bank, demografis responden serta hasil dan pembahasan yang di dalamnya berisi uraian tentang hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan menjelaskan hasil simpulan dari penelitian yang dilakukan dan saran yang bisa diberikan kepada perusahaan terkait hasil yang ditemukan dalam penelitian serta saran penelitian selanjutnya.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 *Expectation Confirmation Model*

Teori *Expectation Confirmation Model (ECM)* adalah metode yang digunakan untuk mempelajari perilaku pengguna ketika mereka berniat untuk terus menggunakan suatu sistem setelah sistem tersebut diterima (pasca penerimaan) yang dikembangkan oleh Anol Battacherjee pada tahun 2001 dengan penelitiannya yang berjudul *Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model..*

Expectation-confirmation Theory (ECT) yang dikemukakan Oliver (1980) dalam konteks perilaku konsumen merupakan landasan teori ini yang berfokus pada repurchase intention atau niat untuk membeli kembali. Sehingga Battacherjee mengembangkan teori ini untuk focus pada penggunaan layanan berkelanjutan. Pada pengembangan teori nya beliau melakukan adaptasi dengan :

1. Mengganti variabel *expectation* dengan *Perceived usefulness*,
2. Mengganti variabel *repurchase intention* menjadi *continuance* dalam konteks penggunaan teknologi
3. Mendefinisikan variabel *confirmation* sebagai kesesuaian pengalaman pengguna antara harapan dan realita yang didapatkan

Sehingga berdasarkan hasil penelitian nya menghasilkan bahwa *perceived usefuness, confirmation, dan satisfation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *continuance use intention. Model (ECM)* menekankan bahwa ekspektasi pengguna sebelum mengadopsi sistem atau teknologi dan konfirmasi pada ekspektasi pengguna melalui kegunaan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan sistem secara signifikan mempengaruhi kepuasan dalam mengadopsi dan menggunakan sistem. Pada akhirnya kepuasan pengguna menentukan niat individu untuk terus menggunakan sistem. ECM dianggap lebih unggul dari kerangka teoritis yang ada

seperti *Technology Acceptance Model*, *Theory of Planned Behaviour*, dan *Theory of Reasoned Action* karena mencakup variabel seperti kepuasan dan konfirmasi yang lebih relevan dengan reaksi pasca-penerimaan³⁶.

2.1.2 *Continuance Intention*

Menurut Davis Minat untuk menggunakan kembali berkorelasi dengan penggunaan sistem yang berkelanjutan sebagai preferensi atau minat individu.³⁷ *Continuance intention* merupakan penggunaan teknologi dalam bentuk layanan platform (*mobile application*) secara berkelanjutan. Niat berkelanjutan tersebut didasarkan pada niat individu seseorang saat berpartisipasi dalam penggunaan layanan tersebut³⁸. Menurut Hsu *Continuance Intention* adalah ukuran pandangan dari efek pengguna tentang harapan mereka terhadap suatu sistem dalam membentuk pengaruh dan niat untuk terus menggunakan suatu sistem.³⁹ Adapun menurut Bhattacharjee *Continuance intention* didefinisikan sebagai niat untuk berpartisipasi dan ikut mengambil peran dalam suatu sistem tertentu. Keputusan pengguna untuk menggunakan kembali suatu sistem informasi didasarkan pada kepuasan pengguna dan penggunaan sistem informasi sebelumnya.⁴⁰ Berdasarkan definisi diatas maka *continuance intention* dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan dalam penggunaan layanan didasari dengan adanya niat dalam diri pengguna untuk dapat terlibat dalam perkembangan dan penggunaan. Sehingga memunculkan perasaan akan niat pengguna untuk mencapai keinginan. ketika pengguna sistem informasi puas dengan sistem tersebut maka pengguna cenderung untuk memnfaatkan/menggunakan layanan dimas yang akan datang. Terdapat indicator yang menjadi acuan pengguna untuk menentukan keputusan pada lanjutan pasca penggunaan yaitu⁴¹ :

³⁶ Anol Bhattacharjee, "Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model," *MIS Quarterly*, 25.3 (2001), 351–70.

³⁷ Fred D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13.3 (1989), 319–39 <<https://doi.org/10.2307/249008>>.

³⁸ Mohammad fahmi dkk Arkanuddin, "The Analysis Of Satisfaction On Digital Business Sector: Expectation Confrimation Model Validation," *Jurnal Ekombis Review*, 11.2 (2023), 1781–1800 <<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/indexDOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i12>>.

³⁹ Hsiang Wen Hsu, "a Multienzyme Technique for Estimating Protein Digestibility," *Journal of Food Science*, 42.5 (1977), 1269–73 <<https://doi.org/10.1111/j.1365-2621.1977.tb14476.x>>.

⁴⁰ Bhattacharjee.

⁴¹ Bhattacharjee.

1. Niat melanjutkan penggunaan adalah keinginan pengguna dimasa yang akan datang untuk tetap menggunakan layanan tersebut.
2. Keputusan untuk tidak berpindah adalah pengguna tidak memiliki niat untuk berpindah pada layanan aplikasi lain, dan indicator ini berfungsi untuk menilai loyalitas pada pengguna terhadap layanan yang digunakan.
3. Frekuensi dimasa yang akan datang adalah untuk mengukur keinginan pengguna dimasa yang akan datang akan tetap menggunakan layanan tersebut.

2.1.3 Confirmation

Menurut Bhattacharjee variabel *Confirmation* merupakan persepsi pengguna terhadap kesesuaian antara ekspektasi dan actual performance sebuah sistem sudah diterima dengan baik dan *Confirmation* adalah konstruksi utama ECM sekaligus penentu Satisfaction yang signifikan⁴². Dengan kata lain, ketika pengguna mengalami hasil yang sesuai dengan harapan mereka, hal tersebut akan meningkatkan kepuasan dan niat mereka untuk terus menggunakan teknologi tersebut. Dalam konteks teknologi informasi, variabel ini dapat diaplikasikan untuk memahami bagaimana pengalaman pengguna dengan suatu sistem atau aplikasi dapat memengaruhi keputusan mereka untuk melanjutkan penggunaan. Jika pengalaman pengguna positif dan sesuai dengan harapan, mereka cenderung akan lebih termotivasi untuk menggunakan teknologi tersebut secara berkelanjutan. Variabel ini memberikan pemahaman yang penting dalam merancang pengalaman pengguna yang memuaskan dan memperkuat konfirmasi positif terhadap penggunaan teknologi.

Terdapat indicator yang menjadi dasar dalam merumuskan sebuah confirmation yaitu dengan cara⁴³ :

1. Pengalaman Penggunaan Sistem (*System Usage Experience*)

Pada indikator ini mengacu pada pengalaman nyata pengguna setelah menggunakan teknologi atau sistem. Pengguna akan menilai apakah

⁴² Bhattacharjee.

⁴³ Bhattacharjee.

sistem tersebut berfungsi seperti yang diharapkan dan memberikan manfaat sesuai dengan pengalaman penggunaan sehari-hari.

2. Layanan yang Disediakan (*Provided Service*)

Pada indikator ini untuk menilai apakah layanan atau fitur yang disediakan oleh sistem ataupun teknologi memenuhi kebutuhan pengguna. Pengguna akan membandingkan layanan yang diberikan dengan harapan pengguna sebelum menggunakan sistem, apakah layanan tersebut cukup sesuai dan memuaskan atau tidak.

3. Ekspektasi (*Expectations*) adalah persepsi awal pengguna mengenai kinerja atau manfaat dari teknologi sebelum mereka benar-benar menggunakannya. Indikator ini mengukur apakah ekspektasi awal pengguna terpenuhi atau bahkan terlampaui setelah penggunaan sistem atau teknologi.

Pada variabel *confirmation* merupakan sebuah kesesuaian ekpektasi pengguna pasca penggunaan layanan, hal ini juga terdapat pada ayat Surah Al-Baqarah (2:286) yang berbunyi :

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ

Artinya :

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat (pahala) dari (kebaikan) yang diusahakannya, dan ia mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang dikerjakannya...”

Ayat tersebut menjabarkan bahwa Allah memberikan tugas atau beban kepada manusia sesuai dengan kemampuannya. Dalam kaitannya dengan *confirmation*, ayat dapat dihubungkan dengan ekspektasi dan kenyataan. Jika pengguna merasa bahwa teknologi sesuai dengan kemampuannya dan tidak memberikan beban lebih dari yang diharapkan, maka terjadi konfirmasi yang positif. Teknologi dianggap memenuhi harapan dan mudah digunakan, sehingga pengguna merasa nyaman untuk terus menggunakannya.

2.1.4 Perceived Usefulness

Perceived usefulness adalah Sejahtera mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem informasi tertentu akan meningkatkan kinerja. Dengan demikian, sudut pandang individu mengenai bagaimana teknologi dapat menghemat pengeluaran, menghemat waktu, dan meningkatkan daya pengguna.⁴⁴ Selanjutnya *perceived usefulness* didefinisikan sebagai tahap pengguna suatu sistem dapat menambahkan prestasi kerja⁴⁵. Maka dapat disimpulkan bahwa Persepsi kegunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan merasakan suatu kegunaan, maka ia akan cenderung merasakan kepuasan. Serta menjelaskan kegunaan dengan estimasi satu faktor yaitu :

1. Menjadikan pekerjaan lebih mudah (*makes job easier*) adalah mengukur persepsi pengguna bahwa teknologi atau sistem yang digunakan tersebut dapat mempermudah pekerjaan pengguna. Pengguna merasa bahwa dengan teknologi ini dapat menjadikan pekerjaan menjadi lebih mudah.
2. Berguna (*usefull*) adalah menggambarkan sejauh mana pengguna merasa bahwa teknologi yang digunakan bermanfaat dalam kehidupan atau pekerjaan sehari-hari.
3. Menambah produktifitas (*increase productivity*) adalah mengukur persepsi bahwa teknologi yang digunakan dapat membantu pengguna menyelesaikan lebih banyak pekerjaan dalam waktu yang sama, atau mencapai hasil yang lebih optimal.
4. Mempertinggi efektifitas (*enhance effectiveness*) adalah pengguna merasa bahwa teknologi tersebut membuat lebih efektif dalam menjalankannya. Hal Ini mengacu pada sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi membantu untuk mencapai hasil yang diinginkan dengan cara yang lebih cepat.
5. Mengembangkan kinerja pekerjaan (*improve job performance*).⁴⁶ Adalah mengukur persepsi bahwa penggunaan teknologi dapat meningkatkan

⁴⁴ Lestari.

⁴⁵ Niko Faizal Akbar, "Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp Pada SD Ignatius Slamet Riyadi Karawang," 2020, 94–94.

⁴⁶ Arkanuddin.

kinerja secara keseluruhan. Pengguna merasa bahwa teknologi membantu pengguna menjadi lebih efisien.

Terdapat landasan ayat yang menjabarkan untuk berkaitan dengan perceived usefulness yaitu surah Al mulk (67:15) yang berbunyi :

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ ^ط وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya :

"Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."

Ayat tersebut menjelaskan tentang manfaat yang Allah swt berikan kepada manusia melalui bumi dan rezeki yang tersedia, dalam kaitannya dengan perceived usefulness maka mengindikasikan bahwa suatu yang dianggap bermanfaat apabila mempermudah atau memberikan keuntungan yang dapat dirasakan, sama hal nya dengan teknologi yang mempermudah aktivitas manusia maka pada variabel ini juga dijelaskan dalam konsep islam.

2.1.5 Satisfaction

Satisfaction merupakan berasal dari bahasa latin yang dapat diartikan satis berarti cukup dan facere yang memiliki arti melakukan. Sehingga satisfaction adalah sebuah produk atau jasa yang memberikan manfaat kepada pengguna hingga terpenuhinya hal yang dicari dengan tingkat kapasitas yang cukup. Kepuasan pengguna tergantung dengan harapan pengguna sehingga dalam hal ini kepuasan menjadi hasil akumulasi konsumen setelah menggunakan layanan/jasa tersebut terpenuhi atau tidak⁴⁷. User satisfaction merupakan tingkat kepuasan pengguna yang dihasilkan dari output layanan⁴⁸.

Kemudian menurut Bhattacharje menyatakan bahwa meskipun seseorang menggunakan dan menyebarkan informasi teknis sesuai dengan harapan, Pada

⁴⁷ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, 11 ed. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009).

⁴⁸ Akbar.

awalnya mereka memiliki harapan yang tinggi terhadap tingkat penggunaan teknologi informasinya. Jika harapan tersebut terwujud, maka seseorang akan senang dan akan tetap menggunakan teknologi ini. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan pengguna adalah sejauh mana seseorang merasa puas atau tidak setelah membandingkan pengalaman mereka dengan kinerja dan ekspektasi, atau harapan mereka, yang telah divalidasi.⁴⁹

Jadi kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil kinerja yang diharapkan. Apabila pengguna merasa senang akan kinerja yang diharapkan maka pengguna akan merasa puas dan dapat memungkinkan efek terjadinya pembelian/penggunaan secara berkelanjutan. Terdapat faktor yang perlu diperhatikan dalam kepuasan⁵⁰ yaitu :

1. Kualitas produk

Pengguna akan merasa puas apabila hasil evaluasi yang pengguna dapatkan dalam menggunakan produk tersebut berkualitas, yang artinya produk tersebut dapat memenuhi kebutuhan nya pengguna.

2. Kualitas pelayanan

Pengguna apabila mendapat pelayanan yang baik dan sesuai harapan maka akan cenderung merasa puas, dan begitupun berlaku sebaliknya apabila mendapat pelayanan yang buruk maka pengguna/konsumen akan merasa bahwa produk yang ia pakai tidak memberikan kepuasan.

3. Biaya

Pengguna tentu akan merasa puas apabila dalam menggunakan layanan tidak dikenakan biaya tambahan karena pengguna akan tetap merasa puas apabila dengan adanya biaya yang murah.

Terdapat penjelasan dalam islam bahwa kepuasan adalah bentuk rasa syukur yang diterima pengguna, hal ini terdapat pada surah Ibrahim (14:7) yang berbunyi :

⁴⁹ Bhattacharjee.

⁵⁰ Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan pelanggan*, I (Surabaya, Jawa Timur: Unitomo Press, 2019).

لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ

Artinya :

”Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan: ‘Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu; dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih.’”

Ayat ini menjelaskan bahwa rasa syukur adalah bentuk kepuasan atas nikmat yang diterima. Jika seseorang/pengguna merasa puas dan bersyukur atas layanan atau nikmat yang diberikan, maka akan ada peningkatan nikmat yang diterimanya. Dalam konteks layanan sistem, artinya ketika pengguna merasa puas atas layanan yang diberikan, pengguna cenderung akan memberikan respon positif, seperti menggunakan layanan tersebut lebih sering atau merekomendasikannya kepada orang lain.

2.1.6 Bank Syariah

Bank syariah sebagai lembaga intermediasi antara pihak yang menginvestkan dana nya ke bank kemudian bank menyalurkan dana-nya kepada pihak masyarakat yang membutuhkan dana yang terbebas dari riba. Bebas dari aktivitas yang spekulatif atau perjudian (*maysir*), dan bebas dari hal yang tidak ada kejelasan nya (*gharar*). Karena bank syariah berpinsip pada keadilan dan memberikan pembiayaan kepada kegiatan usaha yang bersifat halal. Selain menghindari bunga bank syariah juga secara aktif berpartisipasi dalam mencapai sasaran serta tujuan dari ekonomi islam yang hal ini diorientasikan untuk kesejahteraan social.⁵¹ Perkembangan industry keuangan syariah di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat diawali dengan terbitnya undang – undang No 10 Tahun 1998 tentang perubahan undang undang no 7 tahun 1992 dan perkembangan selanjutnya keluarnya fatwa MUI 2003 yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan perbankan syariah tentang fatwa halal dan haram nya bunga bank⁵². Sebagaimana dalam ayat al-qur’an yang berbunyi :

⁵¹ dkk Veithzal, “Commercial Bank Management: Manajemen Perbankan” (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2013), hal. 514.

⁵² Heny Yuningrum, “Mengukur kinerja operasional BMT pada tahun 2010 ditinjau dari segi efisiensi dengan data envelopment analysis (DEA) studi kasus BMT Di kota semarang,” *economica jurnal pemikiran dan penelitian ekonomi islam*, II (2012).

An – Nisa ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” .⁵³ (QS. An-Nisa’ ayat 29)

2.1.6.1 Mobile Banking

Mobile Banking merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh bank berbasis teknologi seluler, termasuk bank syariah yang memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi tanpa harus mendatangi kantor bank⁵⁴. Mobile banking memungkinkan pengguna melakukan transaksi bank menggunakan ponsel pintar atau perangkat seluler mereka. Nasabah dapat menginstal aplikasi yang diunduh dan digunakan untuk mengakses layanan mobile banking, atau dapat menggunakan menu yang sudah tersedia di kartu SIM. Tujuan dari mobile banking adalah untuk menawarkan kecepatan dan kenyamanan internal dalam mengakses aktivitas dan informasi keuangan terkini secara real time. Nasabah dapat mengakses mobile banking secara diam-diam menggunakan telepon seluler yang dilengkapi teknologi GPRS.⁵⁵ Penggunaan mobile banking dapat lebih praktis dalam melakukan berbagai macam transaksi seperti

1. Transfer dana
2. Informasi saldo

⁵³ Surat an-nisa ayat 29 <https://qurankemenag.go.id>

⁵⁴ Nurdin dkk, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020) <<https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/24>>.

⁵⁵ Nurdin dkk, “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020), 87–104 <<https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>>.

3. Mutasi rekening
4. Informasi nilai tukar
5. Pembayaran (Kartu kredit, PLN, listrik, asuransi)
6. Pembelian (pulsa isi ulang, saham).

Mobile banking menawarkan lebih banyak layanan dengan desain berbeda dibandingkan sebelumnya, dan menciptakan pangsa baru di jaringan online yang luas untuk mengurangi pengeluaran operasional. Melakukan pembayaran seluler melalui komunikasi jarak dekat (NFC) memungkinkan untuk menggabungkan banyak kartu kredit, program loyalitas, dan layanan lainnya ke dalam satu perangkat. Ponsel pintar berkemampuan NFC dapat menggantikan masing-masing instrumen ini.⁵⁶ dan adanya Mobile banking berupaya untuk memenuhi permintaan konsumen, meningkatkan layanan pelanggan, dan membuat transaksi lebih nyaman bagi pengguna⁵⁷.

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Variabel	Hasil	Perbedaan
1.	Identifikasi Factor Yang Mempengaruhi Niat Keberlanjutan Pengguna Layanan Online Food Delivery Di Masa Pandemic Covid-19	<i>Konfirmasi (X1)</i> <i>Ekpektasi usaha (X2)</i> Pengaruh social (X3) Kepercayaan (X4) Motivasi hedonic (X5) Orientasi penghematan	Hasil Penelitian Faktor Yang Positif Mempengaruhi Niat Keberlanjutan Penggunaan Layanan Online Food Delivery Secara Langsung Adalah Variabel Kepuasan	Terdapat Perbedaan Dalam Penelitian Tersebut, Dalam Pengambilan Variabel Pada Penelitian Tersebut Menggunakan Teori UTAUT

⁵⁶ Deni Wardani, "Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking," *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2.1 (2021), 15–32 <<https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>>.

⁵⁷ Nurdin dkk, "Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu."

	(Nabila Sarita, 2021)	harga (X6) Habit (X7) <i>Kepuasan (Z)</i> <i>Continuance Intention (Y)</i>	Dan Kebiasaan Pengguna (Habit).	Dan ECM. Serta Focus Penelitian Tersebut Pada Layanan Online Food Delivery
2.	Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital Melalui Continuance Use Intention Dengan Expectation Confirmation Model (Ruli Wahyuning Tyas, 2022)	<i>Confirmation (X1)</i> <i>Perceived Usefulness (X2)</i> <i>Perceived Security (X3)</i> <i>Satisfaction (Y1)</i> <i>Self Efficacy (X4)</i> <i>Continuance Intention (Y2)</i>	H1 : Confirmation Berpengaruh Positif Terhadap Perceived Usefulness Dompot Digital H2 : Confirmation Berpengaruh Positif Terhadap Perceived Security Dompot Digital H3 : Perceived Usefulness Berpengaruh Positif Terhadap Satisfaction Dompot Digital H4 : Confirmation Berpengaruh Positif Terhadap Satisfaction Dompot Digital H5 : Perceived Security Berpengaruh Positif Terhadap Satisfaction Dompot Digital H6 : Perceived Usefulness Berpengaruh Positif Terhadap Continuance Use Intention Dompot Digital	Terdapat Perbedaan Penelitian Tersebut Dengan Penilitia Ini Dalam Variabel Self Efficacy dan security Serta Lokasi Penelitian Dan Objek Yang Dikaji Berbeda Pada Penelitian Tersebut Berfokus Pada Dompot Digital

			<p>H7 : Satisfaction Berpengaruh Positif Terhadap Continuance Use Intention Dompet Digital</p> <p>H8 : Perceived Security Berpengaruh Positif Terhadap Continuance Use Intention Dompet Digital</p> <p>H9 : Self-Efficacy Berpengaruh Positif Terhadap Continuance Use Intention Dompet Digital</p>	
3.	<p>Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi E Filling (Dessanti Putri, 2022)</p>	<p><i>Effesiensi (X1)</i> <i>Kehandalan (X2)</i> <i>Dukungan Public (X3)</i> <i>Kepercayaan (X4)</i> <i>Satisfaction (Y1)</i> <i>Continunece Intention (Y2)</i></p>	<p>Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Efisiensi, Dukungan Publik Dan Kepercayaan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna. Kepuasan Pengguna Sendiri Berpengaruh Signifikan Terhadap Intensi Berkelanjutan Dalam Penggunaan Aplikasi E-Filing Kehandalan Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap</p>	<p>Terdapat Persamaan Dalam Pengambilan Variabel Dependen Teori ECM. Namun Terdapat Perbedaan Dalam Penelitian Tersebut Menggunakan Variabel Independen E-Govqual. Dan Focus Penelitian Tersebut Pada Aplikasi Berbasis Pajak.</p>

			Kepuasan Pengguna.	
4.	Perceived Security Terhadap Continuance Intention To Use Melalui Perceived Usefulness Pada Zoom (Nadyah Nur, 2022)	<i>Perceived Security (X1)</i> <i>Continuance Intention (Y)</i> <i>Perceived Usefulness (Z)</i>	Perceived Security Berpengaruh Langsung Secara Signifikan Terhadap Perceived Usefulness. Perceived Security Juga Berpengaruh Langsung Secara Signifikan Terhadap Continuance Intention To Use. Perceived Usefulness Juga Berpengaruh Langsung Secara Signifikan Terhadap Continuance Intention To Use. Serta Hasil Pengujian Menunjukkan Bahwa Perceived Security Memiliki Pengaruh Tidak Langsung Terhadap Continuance Intention To Use Yang Dimediasi Oleh Perceived Usefulness	Terdapat Perbedaan Dalam Penelitian Tersebut Pada Variabel Yang Digunakan, Perceived Usefulness Menjadi Variabel Mediasi Untuk Perceived Security. Kemudian Fokus Penelitian Tersebut Pada Aplikasi Layanan ZOOM
5.		<i>Perceived Privacy (X1),</i> <i>Perceived Security (X2),</i> <i>Trust (Y),</i> <i>Continuance Intention To</i>	Perceived Privacy, Security, Dan Trust Berpengaruh Signifikan Terhadap Continuance Use Intention. Kepercayaan	Perbedaan Dalam Penelitian Tersebut Terdapat Variabel Trust Sebagai Variabel

		<i>Use (Z),</i>	Sebagai Variabel Mediator Berpengaruh Signifikan Terhadap Hubungan Antara Perceived Privacy Dan Perceived Security Terhadap Continuance Use Intention.	Mediasi Antara Perceived Security Dengan Continuance Intention. Dan Focus Penelitian Tersebut Pada Layanan SNS Meta.
6.	The Effect Of Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, And Perceived Security On E-Wallet Continuance Intention Of Shopeepay Through E-Satisfaction (Bayu Bagas, 2022)	<i>Ease Of Use (X1)</i> <i>Usefullnes (X2)</i> <i>Security (X3)</i> <i>Satisfaction (Z)</i> <i>E-Wallet Continuance Intention (Y)</i>	. Kepuasan Elektronik Bisa Memediasi Hubungan Antara Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat-Ness, Dan Persepsi Keamanan Pada E-Wallet Niat Berkelanjutan. Dan Ada Yang Langsung Pengaruh Antara E-Satisfaction Terhadap E-Wallet Continuance Intention	Terdapat Perbedaan Pada Penelitian Tersebut Pada Variabel Ease Of Use Dan security Focus Penelitian Tersebut Pada Layanan Digital Berbasis E-Commerce Di E-Wallet Shopeepay.
7.	Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam	<i>Kemudahan (X1)</i> <i>Keamanan (X2)</i> <i>Kepercayaan (X3)</i> <i>Kepuasan (Y)</i>	Bahwa Persepsi Keamanan Dan Persepsi Kepercayaan Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Sedangkan Persepsi Kemudahan	Perbedaan Dalam Penelitian Tersebut Yaitu Pada Variabel Kepercayaan, Serta Fokus Penelitian Pada Layanan Mobile Banking Bank Bca

	Menggunakan Mobile Banking Bca (Rena Deliyana, 2022)		Berpengaruh Positif Dan Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Pelanggan.	
8.	Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Keamanan Terhadap Kepuasan Pada Pengguna E-Wallet Dana Di Kebumen (Aditya Nur, 2023)	<i>Persepsi Kemudahan (X1)</i> <i>Persepsi Keamanan (X2)</i> <i>Kepuasan (Y)</i>	Perceived Ease Of Use Berpengaruh Positif Dan Tidak Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna E-Wallet DANA Di Kebumen. Sedangkan Perceived Security Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna E-Wallet DANA Di Kebumen.	Terdapat Perbedaan Dalam Penelitian Tersebut, Menggunakan Regresi Dengan Variabel Dependen Dan Independen. Fokus Layanan Pada E-Wallet
9.	Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek (Muliawan Hendarto, 2023)	<i>Perceived Ease Of Use (X1)</i> <i>Perceived Usefulness (X2)</i> <i>Kualitas Layanan (X3)</i> <i>Kepuasan (Y)</i>	Perceived Ease Of Use Tidak Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Di Surakarta. Perceived Usefulness Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Di Surakarta. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek Di Surakarta	Terdapat Perbedaan Pada Penelitian Tersebut Dalam Pengambilan Variabel Ease Of Use Dan Kualitas Layanan. Serta Penelitian Tersebut Berfokus Pada Layanan Aplikasi Gojek

10.	<p>Analisa Factor Yang Mempengaruhi Intensi Berkelanjutan Dalam Penggunaan Layanan Subscription Video On Demand Menggunakan Metode UTAUT2 Dan ECM</p> <p>(Savira Jihan, 2023)</p>	<p>Habit, (X1) Facilitating Condition(X2) Performance Expectancy(X3) Effort Expectancy(X4) Hedonic Motivation(X5) Price Value(X6) Social Influence(X7) <i>Satisfaction (Z)</i> <i>Continuance Intention (Y)</i></p>	<p>Hasil Penelitian Yaitu Variabel Yang Mempengaruhi Dan Signifikan Terhadap Intensi Penggunaan Svod Dari Yang Paling Dominan Adalah Satisfaction, Habit, Facilitating Condition, Dan Performance Expectancy. Sedangkan Hubungan Antar Variabel Yang Memiliki Pengaruh Negatif Dan/Atau Tidak Signifikan Terhadap Variabel Intensi Berkelanjutan Adalah Effort Expectancy, Hedonic Motivation, Price Value, Dan Social Influence.</p>	<p>Pada Penelitian Tersebut Terdapat Perbedaan Pada Focus Layanan Online Video. Dan Menggunakan 2 Metode Utaut Dan Ecm.</p>
-----	---	---	---	---

2.3 Kerangka Teori

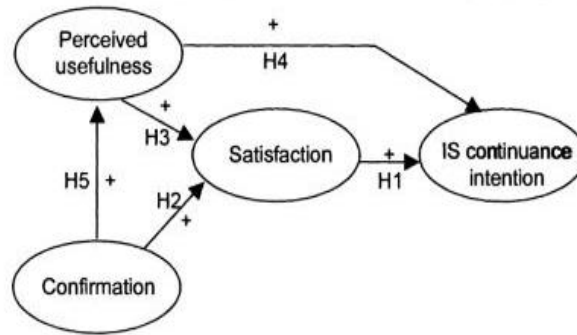
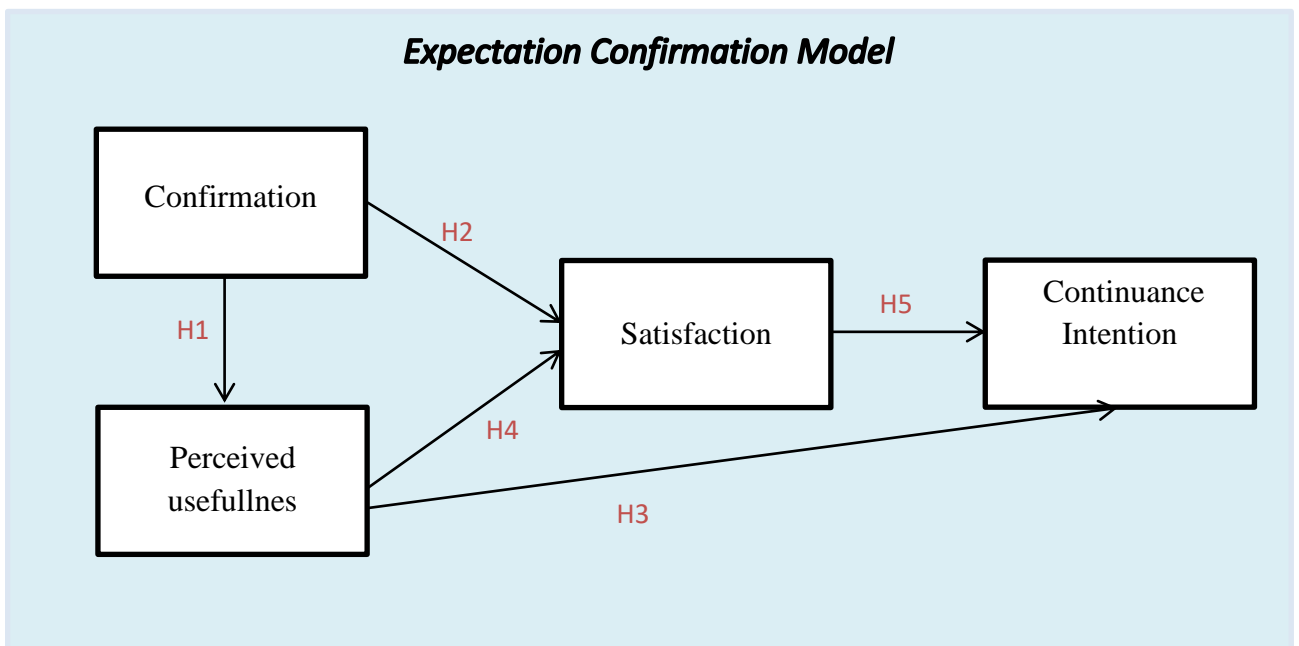


Figure 2. A Post-Acceptance Model of IS Continuance

Sumber : Bhattacherjee, 2001



Hipotesis :

- H1 : *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *perceived usefulness* BSI Mobile
- H2 : *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *Satisfaction* BSI Mobile
- H3 : *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* BSI Mobile
- H4 : *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *satisfaction* BSI Mobile
- H5 : *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *continuance intention* BSI Mobile

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh *confirmation terhadap perceived usefulness dan satisfaction*

Konfirmasi dikenal Ketika seseorang menggunakan teknologi dan harapannya terpenuhi jika penggunaan seseorang terpenuhi sesuai dengan harapannya maka menghasilkan diskonfirmasi positif⁵⁸, maka seseorang akan mendapat manfaat darinya.

Ketika pengguna merasakan bahwa pengalaman mereka sesuai dengan harapan awal (*confirmation*), mereka cenderung menganggap teknologi tersebut berguna (*perceived usefulness*). Hal ini terjadi karena kesesuaian antara harapan dan hasil aktual memperkuat keyakinan bahwa teknologi mampu memenuhi kebutuhan atau tujuan pengguna. Selain itu, *confirmation* juga memengaruhi *satisfaction*, pengguna merasa lebih puas jika harapan mereka dipenuhi atau dilampaui. Hubungan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat konfirmasi terhadap harapan pengguna, semakin besar pula persepsi mereka terhadap kegunaan teknologi serta kepuasan yang dirasakan. Hal ini sesuai dengan penelitian Roberto Andrew⁵⁹ dan Catherine⁶⁰ bahwa *confirmation* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived usefulness*. Maka disimpulkan bahwa persepsi *usefulness* memiliki efek terhadap *confirmation* suatu sistem. Sehingga peneliti dapat merumuskan hipotesis sebagai berikut :

H1 : *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*

H2 : *Confirmation* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*.

2.4.2 Pengaruh *perceived usefulness terhadap satisfaction dan continuance intention*

Persepsi kegunaan dikenal sebagai Sejauh mana seseorang berpikir bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerjanya. dan ketika seseorang merasa bahwa teknologi yang telah ia gunakan berguna, maka ia akan cenderung merasakan kepuasan⁶¹. Dalam penelitian Muliawan⁶² menyatakan

⁵⁸ Masitoh.

⁵⁹ Andrew dan Ardianti.

⁶⁰ Catherine dan Tjokrosaputro.

⁶¹ Rahab, "Information Technology Continuance Model Dan Kepercayaan Dalam Konteks Keberlangsungan Pemanfaatan Layanan SMS Banking," 21 (2015), 7903.

perceived usefulness berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Pengguna akan merasa puas apabila pengguna sistem informasi merasakan manfaat atas sistem yang digunakan tersebut. Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pemakai atas suatu sistem yang digunakan maka akan meningkatkan kepuasannya, dan sebaliknya semakin rendah *perceived usefulness* akan menurunkan kepuasan pengguna. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Devi⁶³ dan Satya Rizky⁶⁴ bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap kepuasan. Kemudian kegunaan dan manfaat yang dirasakan pengguna dalam menggunakan suatu sistem merasa puas maka ia cenderung akan menggunakan sistem tersebut dalam jangka waktu yang panjang. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Nadyah Nur⁶⁵ dan Dwi Mega⁶⁶ yang menyebutkan bahwa *perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*. Dengan begitu berdasarkan teori dan penelitian terdahulu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H3 : *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap *continuance intention*

H4 : *Perceived usefulness* berpengaruh positif terhadap *satisfaction*

2.4.3 Pengaruh *satisfaction* terhadap *continuance intention*

Kepuasan pengguna adalah hasil penilaian yang diberikan seseorang atas pengalamannya dengan asumsi bahwa hasilnya setidaknya sama baiknya dengan yang diharapkan, masyarakat akan lebih cenderung menggunakan kembali teknologi di masa depan jika mereka lebih senang dan merasa puas dalam menggunakannya⁶⁷. Hal ini didukung oleh penelitian Ruli Wahyuning⁶⁸ dan Dessanti Putri⁶⁹ yang mengungkapkan bahwa kepuasan memiliki pengaruh positif

⁶² Muliawan Hendaro Kusumo dan Imron Rosyadi, “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek,” *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16.1 (2023), 50–67 <<https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876>>.

⁶³ Suryani, Ermansyah, dan Al Sukri.

⁶⁴ Irfansyah dan Raharjo.

⁶⁵ Ghozihan dan Nugroho.

⁶⁶ Lestari.

⁶⁷ Rahab.

⁶⁸ Tyas dan Azizah.

⁶⁹ Sekti, Ferinda, dan Putri.

terhadap *continuance intention*. Sehingga dapat diinterpretasikan bahwa ketika pengguna merasa puas akan performa sistem pasca menggunakan sistem, maka semakin meningkat pula niat pengguna untuk terus menggunakan suatu sistem. Berdasarkan hal tersebut maka disusun hipotesis sebagai berikut :

H5 : *satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Continuance Intention*

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian dan sumber data

3.1.1 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data yang akan diukur. Selain itu kuantitatif menurut Bryman dimulai dari adanya Teori, hipotesis, desain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data, memproses dan menganalisis data kemudian menarik kesimpulan. Pada jenis penelitian ini, jelas ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua atau lebih variabel untuk mengetahui apakah sesuatu variabel berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya, atau apakah suatu variabel disebabkan/dipengaruhi atau tidak dengan variabel lainnya⁷⁰.

3.1.2 Sumber data

Penggunaan data dalam penelitian ini terdapat 2 jenis yakni data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden yang digunakan diperoleh secara langsung dari hasil jawaban kuesioner yang dibagikan kepada responden⁷¹. Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara mencatat secara sistematis dan mengutip secara langsung dari literatur, dokumen dari perusahaan, maupun instansi pemerintah⁷²

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

⁷⁰Mohammad Mulyadi, "Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya," *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15.1 (2013), 128 <<https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>>.

⁷¹ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D" (Bandung: Alfabeta, 2010).

⁷² Sugiyono.

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya⁷³. Pada penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh nasabah BSI pengguna mobile banking di KC kudas.

3.2.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi yang besar dan peneliti tidak bisa mempelajari semua yang ada di populasi, karena adanya keterbatasan dalam waktu, tenaga dan dana, sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang mewakili⁷⁴. Dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling* merupakan teknik sampling dengan menggunakan menggunakan kriteria-kriteria tertentu dalam pertimbangan sampelnya.⁷⁵ Teknik pengumpulan sampel dalam penelitian menggunakan *Non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* sehingga sampel yang dipilih diharuskan sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan peneliti yang sesuai dengan tujuan penelitian. Berikut adalah kriteria yang dibutuhkan yaitu :

1. Nasabah BSI Mobile dengan usia diatas 17 Tahun
2. Pengguna telah menggunakan transaksi BSI Mobile minimum 1x selama sebulan

Salah satu metode Penentuan sampel pada penelitian adalah *rumus slovin*. Penggunaan *rumus slovin* apabila jumlah populasinya diketahui dengan rumus :

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

Keterangan

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

⁷³ Eddy dkk Roflin, "Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian Kedokteran," 1 ed. (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021).

⁷⁴ Ummul dkk Aiman, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.

⁷⁵ Tyas dan Azizah.

e : Batas Toleransi Kesalahan

Batas toleransi kesalahan digambarkan dengan presentase dengan artian semakin kecil nilai teloransi kesalahan, maka semakin akurat sampel dalam menggambarkan populasi. Dan berikut perhitungan sample menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2 + N}$$
$$n = \frac{9000}{1 + (0,1)^2 + N}$$
$$n = 98,90$$

Maka Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel yang diambil sebanyak 98,90 dan dibulatkan menjadi 100 Orang.

3.3 Metode pengambilan data

3.3.1 Studi pustaka

Studi pustaka merujuk pada upaya yang dilakukan untuk mendapatkan teori-teori yang relevan dengan penelitian dan memuat pembahasan penelitian terdahulu serta Studi pustaka menjadi bagian yang penting. Studi pustaka dalam penelitian ini peneliti melakukan peninjauan *literature review* yang relevan dengan *continuance intention* dan *expectation confirmation model (ECM)*, yang bertujuan untuk menambah wawasan dan pemahaman yang mendalam tentang penelitian-penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan dan dengan bidang yang sama/relevan. Penelitian ini memperoleh studi literature yang berasal dari google scholar, *sciendirect*, *google book* dan website jurnal lainnya dengan periode 10 tahun terakhir.

3.3.2 Angket / kuesioner

Angket atau kuesioner merupakan alat pengumpulan data yang memuat sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh

informasi dari responden⁷⁶. Dalam hal ini angket diberikan kepada responden pengguna mobile banking KC kudu dalam rangka untuk memperoleh hasil respon/jawaban responden.

Skala likert sering digunakan untuk kuesioner/angket yang mengungkapkan tanggapan, pendapat dan sikap responden terhadap suatu fenomena⁷⁷. Tanggapan responden dinyatakan dalam rentang jawaban mulai dari tanggapan sangat setuju sampai sangat tidak setuju. Dengan gambaran sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Skala likert 1-5

No	Keterangan	Skor
1	SST : Sangat Setuju	5
2	S : Setuju	4
3	KS : Kurang Setuju	3
4	TS : Tidak Setuju	2
5	STS : Sangat Tidak Setuju	1

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk membatasi ruang lingkup variabel menyamakan persepsi sehingga memudahkan serta menjaga konsistensi peneliti dalam melakukan pengumpulan, pengukuran dan analisis data menjadi efisien⁷⁸. Berikut merupakan definisi operasional serta pengukuran variabel dalam penelitian ini :

Tabel 3. 2 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Nama indikator	Referensi

⁷⁶ Aiman.

⁷⁷ Iwan Hermawan, "Metodologi penelitian pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode.," I (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019).

⁷⁸ Hermawan.

Perceived Usefulness	Manfaat yang didapatkan pengguna saat menggunakan sistem dan meningkatkan kinerja pengguna. (Davis)	Meningkatkan produktivitas	Venkatesh & Davis, 1998
		Efektivitas	
		Efisiensi	
		Penilaian Manfaat	
Confirmation	Persepsi ketika harapan awal terpenuhi dengan kinerja layanan. (Bhattacharjee)	Pengalaman penggunaan sistem	Bhattacharjee, 2001
		Layanan yang disediakan	
		Ekspektasi	
Satisfaction	perasaan senang atau kecewa yang muncul ketika membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap hasil kinerja yang diharapkan. (Kotler)	Pengalaman menyenangkan	Kotler, 2016
		Harapan	
		Kebutuhan	
		Keputusan penggunaan	Bhattacharjee, 2001
Continuance Intention	Keinginan untuk terus menggunakan suatu sistem secara rutin (Bhattacharjee)	Berniat untuk terus menggunakan	Bhattacharjee, 2001
		Berniat untuk terus menggunakan disbanding menggunakan sistem lain	
		Berniat mempertahankan	

		penggunaan sistem dimasa depan	
--	--	--------------------------------	--

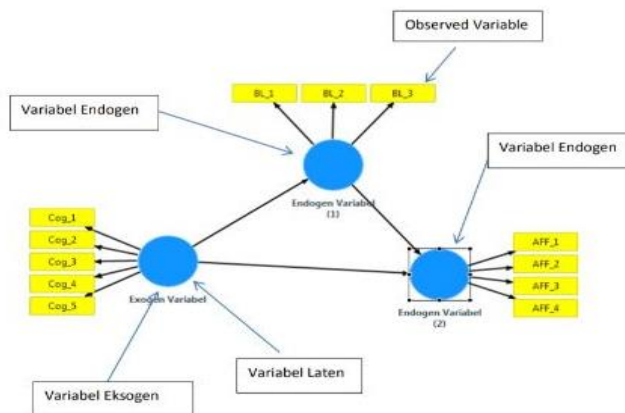
3.5 teknik analisis data

3.5.1 Uji Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu teknik analisis yang dilakukan dengan melakukan pengumpulan, pengolahan, penyajian, serta analisis data kuantitatif secara deskriptif dalam bentuk tabel dan grafik, sehingga memberikan gambaran yang teratur mengenai suatu peristiwa. Analisis deskriptif hanya digunakan untuk memberikan informasi mengenai data yang dimiliki tanpa bermaksud menguji ataupun membuat kesimpulan.

3.5.2 Partial Least Square

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*. PLS merupakan analisis persamaan struktural atau Structural Equation Model (SEM) berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus model struktural. *Structural Equation Modeling (SEM)* merupakan teknik analisis multivariat yang dikembangkan guna menutupi keterbatasan yang dimiliki oleh model-model analisis sebelumnya yang telah digunakan secara luas dalam penelitian statistik.



Metode PLS digunakan dalam penelitian ini karena hubungan sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen jika salah satu variabel atau keduanya memiliki satu atau lebih indikator dan model ini mengukur variabel bukan indikator. Dalam evaluasi persamaan structural, evaluasi ini menggunakan dua kegoatan mendasar. Pertama model pengukuran outer model yang bertujuan untuk mengetahui validitas dan reabilitas indicator – indicator yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Uji *validitas reabilitas* ini mengacu pada *convegergent validity*, *discriminant validity* dan *composite realibity*. Kedua dengan inner model atau structural model yaitu untuk melihat hubungan antar konstruk yang terjadi, nilai signifikan dan nilai R-square model penelitian⁷⁹.

3.5.2.1 Pengukuran model (outer model)

a. Convergent validity

Digunakan untuk mengukur *validitas indicator* sebagai pengukur sebuah konstruk, yang terlihat dari nilai outer loading suatu indicator dikatakan valid apabila nilai *outer loading* diatas 0,60 atau nilai t-statistic diatas 1,96⁸⁰. Kemudian untuk penelitian yang bersifat *eksplanatory* dan penelitian tahap awal, nilai *loading factor* 0,5 – 0,6 dianggap cukup dalam pengembangan skala pengukurannya⁸¹. Koefisien *outer loading* dapat dideskripsikan valid apabila memiliki nilai *factor* 0,5 (>0,5) dan *p-values* kurang dari 0,5 (<0,005).

b. Discriminant validity

Pengujian *discriminant validity* dengan menggunakan *cross loading*, yang artinya setiap indicator dari variabel yang bersangkutan lebih besar disbanding dengan *cross loading* variabel lain maka *indicator* tersebut dikatakan valid. Nilai *cross loading* yang disarankan yakni lebih besar dari 0,7 untuk setiap variabel.

⁷⁹ Nyoman Dwika Ayu dkk Amrita, “Niat menggunakan E-money berlandaskan Tri Kaya Parisudha: konsep dan aplikasi,” ed. oleh Miko Andi Wardana (CV. Intelektual Manifes Media, 2023), hal. 123.

⁸⁰ Roby Sambung, “Dimensi Komitmen Organisasional: Dampaknya terhadap perilaku kerja pada organisasi sektor publik,” *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 2.1 (2016), 28–37.

⁸¹ Whyne Chin, “The partial least squares approach for structural equation modeling,” ed. oleh George A. Marcoulides (Modern Methods For Bussines Research, 1998), hal. 295–336.

c. Composite reliability

Digunakan untuk menguji nilai *reliability* antara indicator dari konstruk yang membentuk. Hasil pengujian *composite reability* dikatakan baik apabila nilainya diatas 0,70). Pada penelitian *eksplanatory*⁸² nilai 0,60 – 0,70 masih bisa diterima.

Tabel 3. 3 Kriteria Penilaian

Evaluasi pengukuran	Model Parameter	Kriteria penelitian
<i>Convergent Validity</i>	<i>Outer Loading</i>	1. > 0,7 untuk <i>confirmatory</i>
	<i>AVE (Average Variance Extracted)</i>	2. 0,5 – 0,6 untuk penelitian tahap awal >0,5 untuk <i>explanatory research</i>
<i>Discriminant Validity</i>	<i>Cross Loading</i>	Setiap variabel harus > 0,7 atau akar kuadrat AVE > Korelasi antar konstruk laten
<i>Reliability</i>	<i>Composite Reability</i>	1. >0,7 untuk <i>confirmatory</i>
	<i>Cronbach Alpha</i>	2. 0,6 – 0,7 dapat diterima untuk <i>exploratory research</i> >0,6 masih dapat diterima untuk <i>exploratory research</i>

3.5.2.2 Evaluasi model structural (Inner model)

Inner model ini merupakan model yang menguji hubungan antara konstruktor laten struktural dievaluasi dengan melihat persentase variance yang dijelaskan oleh nilai R² (*R-square*) dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui tingkat pengaruh hubungan antar

⁸² Chin.

variabel, serta tingkat pengaruh keseluruhan hubungan variabel. Pengujian terhadap model struktural dilakukan dengan melihat *R-square* yang merupakan uji *goodness of fit model*. Evaluasi model struktural juga dilakukan dengan *Q2 predictive relevance*.

Tabel 3. 4 kriteria penilaian

Evaluasi	Kriteria penilaian
Model structural	
<i>R-square</i>	1. 0,67 kuat 2. 0,33 moderat 3. 0,19 lemah
<i>Q2 predictive Relevance</i>	1. $Q2 > 0$ = mempunyai <i>predictive Relevance</i> 2. $Q2 < 0$ = kurang mempunyai <i>predictive Relevance</i>

3.6 Pengujian Hipotesis

Berikut merupakan tabel yang memuat tentan kriteria penilaian pada uji hipotesis yang dapat dilihat berdasarkan dengan uji original sample, t-statistic dan p-values kemudian juga dengan uji path coefficient.

Tabel 3. 5 kriteria penilaian

Pengujian	Kriteria penilaian
<i>Original sample</i>	Dilihat berdasarkan hasil (+) dan (-)
<i>t-statistic dan p-values</i>	$t\text{-statistic} > 1,96$ $p\text{-values} < 0,05$
<i>path coefficient</i>	Nilai <i>P-values</i> dengan tingkat signifikansi 5% lebih kecil disbanding dengan 0,05

Hasil signifikansi dari koefisien parameter dapat dihitung dengan metode *Path Coefficient*. Kriteria pengujian hipotesis adalah tingkat signifikansi 5%, nilai *t-statistik* adalah 1,96 dan nilai *p-values* lebih kecil sama dengan 0,05. Dideskripsikan bahwa pada *original sample* apabila hasilnya positif maka menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh dan begitupun sebaliknya. Sehingga hipotesis dapat diterima apabila nilai yang dihasilkan melebihi dari nilai yang telah ditentukan, dan hipotesis ditolak apabila nilai yang dihasilkan lebih kecil dibandingkan dengan kriteria nilai yang ditentukan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum

4.1.1 Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank syariah terbesar di Indonesia, terbentuk dari penggabungan tiga bank syariah milik Badan Usaha Milik Negara (BUMN), yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah. Penggabungan ini resmi dilakukan pada Februari 2021⁸³. Dengan tujuan menciptakan bank syariah yang kuat dan kompetitif di kancah nasional maupun internasional. BSI hadir dengan visi menjadi bank syariah terbesar dan terdepan di Indonesia, yang mampu mendukung pembangunan ekonomi nasional melalui penerapan prinsip-prinsip syariah. BSI menawarkan berbagai layanan perbankan berbasis syariah yang mencakup pembiayaan, tabungan, investasi, hingga layanan digital. Bank berupaya memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan prinsip syariah kepada seluruh lapisan masyarakat, baik individu maupun korporasi.

Dalam upayanya untuk menjangkau lebih banyak nasabah, BSI terus berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan, termasuk melalui pemanfaatan teknologi digital untuk memberikan kemudahan akses bagi nasabah di seluruh Indonesia. Sebagai bagian dari perbankan syariah, BSI berkomitmen untuk menjalankan operasionalnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah yang menjunjung tinggi keadilan, transparansi, dan keberlanjutan. BSI juga memiliki peran penting dalam memperkuat industri perbankan syariah di Indonesia, yang memiliki potensi besar untuk berkembang seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap layanan keuangan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Bank terus berupaya untuk mengedukasi masyarakat mengenai manfaat dan keunggulan perbankan

⁸³ “Bankbsi” <<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>>.

syariah, serta menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga pendidikan dan organisasi keagamaan untuk meningkatkan literasi keuangan syariah. Dengan begitu, BSI berharap dapat mendorong pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia dan menjadikannya sebagai salah satu pilar utama ekonomi nasional. Selain itu, BSI berfokus pada pengembangan produk-produk yang inovatif dan kompetitif, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan nasabah, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui berbagai program dan layanan yang dirancang khusus. Misalnya, BSI menawarkan berbagai jenis pembiayaan berbasis syariah yang dapat digunakan oleh nasabah untuk kebutuhan perumahan, usaha, pendidikan, hingga perjalanan ibadah. Dengan jaringan yang luas dan dukungan teknologi yang canggih, BSI mampu memberikan pelayanan yang cepat, mudah, dan aman bagi para nasabahnya.

Dalam menghadapi tantangan globalisasi dan digitalisasi, BSI berkomitmen untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan zaman. Bank juga berencana untuk memperluas jangkauan internasionalnya, dengan membuka layanan perbankan syariah di luar negeri guna melayani komunitas Muslim di berbagai negara. Kedepannya, BSI berambisi untuk tidak hanya menjadi pemimpin di pasar domestik, tetapi juga menjadi salah satu bank syariah terkemuka di dunia yang mampu memberikan dampak positif bagi umat Muslim secara global.

4.1.2 Visi, misi dan nilai

VISI

Top 10 Global Islamic Bank

MISI

1. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia.

Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025

2. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 Bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) Dan Valuasi kuat (PB>2)

3. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanhhan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja

CORE VALUES AHKLAK BSI

1. Amanah
Memegang teguh kepercayaan yang telah diberikan
2. Kompeten
Terus belajar dan mengembangkan kapabilitas
3. Harmonis
Saling peduli dan menghargai perbedaan
4. Loyal
Berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara
5. Adaptif
Terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan
6. Kolaboratif
Membangun kerja sama yang sinergis

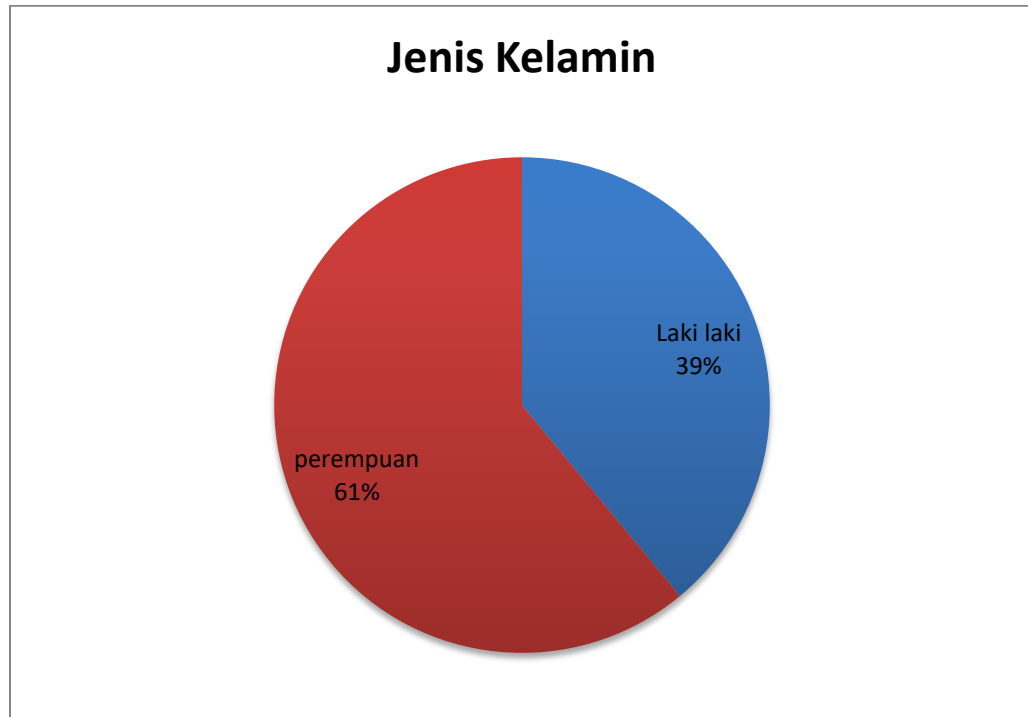
4.2 Analisis Demografis

4.2.1 Hasil analisis Demografis

Pada tahap ini, penulis melakukan evaluasi terhadap profil perusahaan serta beberapa pertanyaan umum tentang BSI yang dijaring melalui kuesioner yang telah didistribusikan kepada nasabah. Hasil penyebaran kuesioner tersebut, berhasil terkumpulkan sebanyak 100 Responden sebagai sampel. Hasil analisis demografis ini mencakup beberapa aspek penting antara lain :

1. Jenis kelamin

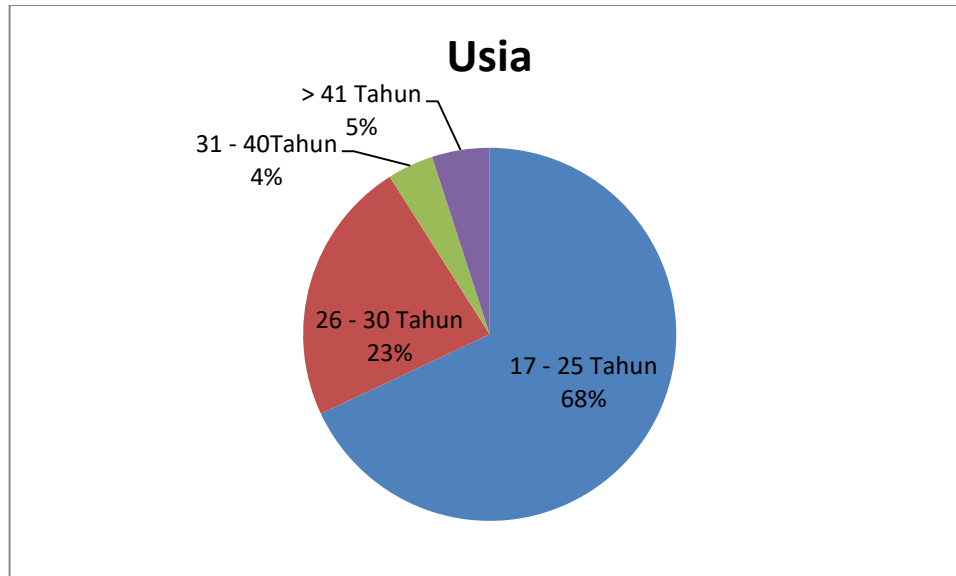
Dapat dilihat pada Gambar 4.1 berikut, adalah jumlah *presentase* jenis kelamin dengan *prosentase* 39% (39) Responden berjenis kelamin laki-laki dan *prosentase* 61% (61) Responden berjenis kelamin perempuan, yang didasarkan pada hasil 100 Responden.



Gambar 4. 1 Grafik pie Jenis kelamin Responden

2. Usia

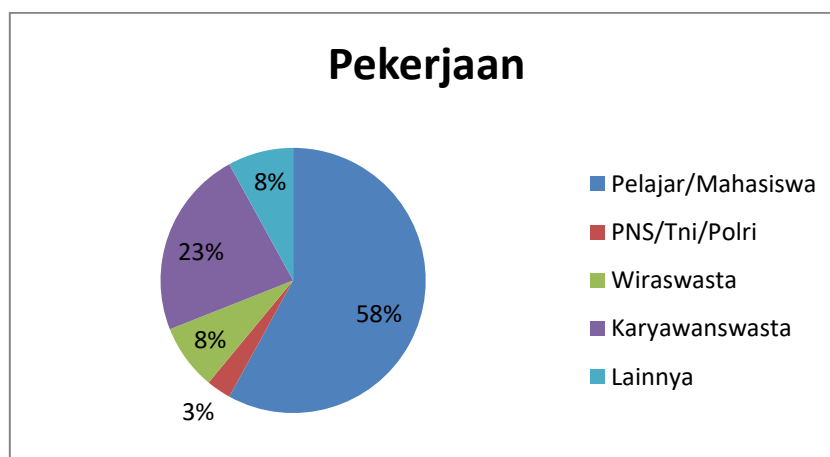
Dapat dilihat pada Gambar 4.2, yang menyatakan bahwa dari 100 responden sebagian besar responden berusia 17 – 25 Tahun dengan Jumlah 68 Responden dan dinyatakan dalam *presentase* sebesar 68%. Responden berusia 26 – 30 Tahun dengan jumlah 23 Responden yang dinyatakan dengan *presentase* sebesar 23%. Responden dengan Usia 31 – 40 Tahun berjumlah 4 Responden yang dinyatakan dengan *presentase* sebesar 4%. Responden dengan usia > 41 Tahun berjumlah 5 Responden dengan *presentase* sebesar 5%.



Gambar 4. 2 Grafik pie Usia Responden

3. Pekerjaan

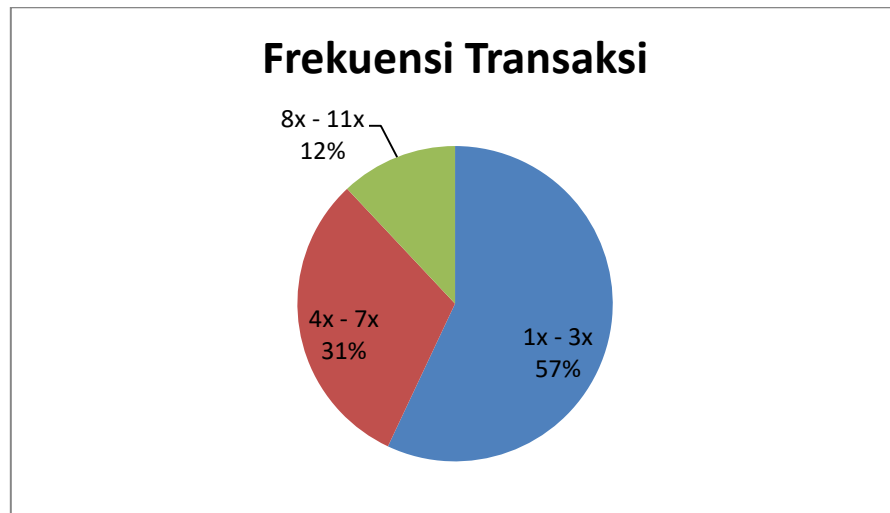
Pada gambar 4.3 dapat dilihat bahwa pekerjaan responden didominasi mayoritas oleh pelajar/mahasiswa dengan jumlah 58 Responden dengan *presentase* 58%, PNS/Tni/Polri dengan jumlah 3 Responden dengan *presentase* 3%, Wiraswasta berjumlah 8 Responden dengan *presentase* 8%, Karyawan swasta dengan jumlah 23 Responden dengan *presentase* 23%, dan pekerjaan lainnya berjumlah 8 Responden dengan *presentase* 8%.



Gambar 4. 3 Grafik pie Pekerjaan Responden

4. Frekuensi transaksi /bulan

Pada gambar 4.4 dapat dilihat bahwa frekuensi transaksi responden mayoritas sebanyak 1x – 3x transaksi dalam sebulan dengan jumlah dan presentase 57 (57%), dan frekuensi transaksi Responden sebanyak 4x – 7x berjumlah dan presentase sebanyak 31 (31%) dan frekuensi transaksi sebanyak 8x – 11x sebanyak 12 (12%) Responden.



Gambar 4. 4 Grafik pie Frekuensi Transaksi Responden

4.3 Hasil Analisis Measurement Model (Outer Model)

Pada Tahap ini dilakukan analisis pengukuran outer model, Dalam tahap ini terdapat Empat tahap pengujian untuk menganalisis pengukuran model yaitu *Individual Indicator Reability*, *internal consistency reability*, *average variance extracted*, dan *discriminant Validity*.

4.3.1 Individual Indicator Reability

Pengujian *individual* item bertujuan untuk mengevaluasi *validitas* dan *reabilitas* setiap pertanyaan atau item dalam kuesioner atau instrumen pengukuran. Dengan diketahui nilai ukur berada pada angka 0.70 maka dapat dikatakan valid. Dan berikut tabel outer loading :

Tabel 4. 1 Nilai Outer Loading

	C	CI	PU	S
C1	0.876			

C2	0.877			
C3	0.866			
C4	0.863			
C5	0.907			
CI1		0.869		
CI2		0.913		
CI3		0.818		
CI4		0.886		
CI5		0.923		
PU1			0.778	
PU2			0.781	
PU3			0.856	
PU4			0.738	
PU5			0.841	
S1				0.823
S2				0.773
S3				0.799
S4				0.840
S5				0.813

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa angka nilai *outer loading* nya diatas 0.70 yang artinya semua item dalam penelitian tersebut valid.

4.3.2 Internal consistency Reability

Reliabilitas consistency internal mengacu pada sejauh mana item-item dalam sebuah instrumen pengukuran seperti kuesioner menghasilkan hasil yang konsisten dan saling terkait ketika mengukur konstruk yang sama. Pengukuran ini sering dilakukan menggunakan *statistic alpha Cronbach*, yang menghitung tingkat konsistensi antara item-item yang membentuk skala atau dimensi tertentu. Semakin tinggi nilai *alpha Cronbach*, semakin tinggi tingkat konsistensi internal, menunjukkan bahwa item-item tersebut secara efektif mengukur aspek yang sama dari konstruk yang dimaksud.

Tabel 4. 2 Nilai Composite Reability

Variabel	Composite Reliability
----------	-----------------------

<i>Confirmation (C)</i>	0.944
<i>Continuance Intention (CI)</i>	0.946
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.899
<i>Satisfaction (S)</i>	0.905

Tabel 4. 3 Nilai Cronbach's Alpha

Variabel	Cronbach's alpha
<i>Confirmation (C)</i>	0.926
<i>Continuance Intention (CI)</i>	0.928
<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.859
<i>Satisfaction (S)</i>	0.869

Berdasarkan hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa setiap variabel yang terdapat dalam penelitian ini memiliki nilai diambang batas 0.70, sehingga dapat dikatakan valid dan sudah memenuhi syarat untuk digunakan.

4.3.3 Convergent Validity

Pengujian *convergent validity* dilakukan guna untuk memeriksa nilai AVE yang mencerminkan besaran variance indicator yang diperlukan untuk menggambarkan variabel. Kemudian dalam uji *convergent validity* dianggap valid/tercapai apabila nilai melebihi 0.5 dan dibawah ini merupakan nilai AVE dari penelitian ini :

Tabel 4. 4 Nilai Average variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
<i>Confirmation (C)</i>	0.771
<i>Continuance Intention (CI)</i>	0.779

<i>Perceived Usefulness (PU)</i>	0.640
<i>Satisfaction (S)</i>	0.656

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan smart pls 4 dalam tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel yang ada didalamnya memiliki ambang batas 0.5 dan dengan begitu maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah memenuhi persyaratan *convergent validity* dan dianggap valid untuk dapat dilanjutkan pada tahap pengujian selanjutnya.

4.3.4 Discriminant Validity

Pada tahap ini yaitu pengujian discriminant validity yang dilakukan dengan melihat nilai *cross loading* antar indicator dengan variabel yang terkait, serta menggunakan *forne lacker's*. *cross loading* dilakukan dengan pengamatan nilai hubungan indicator dan membandingkan dengan indicator variabel yang lainnya. Kemudian dapat diartikan nilai indicator variabel yang terkait harus lebih tinggi daripada nilai *indicator* dari variabel lain.

Tabel 4. 5 Nilai Cross Loading

	C	CI	PU	S
C1	0.876	0.582	0.598	0.608
C2	0.877	0.585	0.617	0.613
C3	0.866	0.721	0.750	0.653
C4	0.863	0.645	0.644	0.623
C5	0.907	0.606	0.605	0.568
CI1	0.642	0.869	0.667	0.725
CI2	0.652	0.913	0.745	0.721
CI3	0.641	0.818	0.664	0.721
CI4	0.627	0.886	0.740	0.713
CI5	0.611	0.923	0.726	0.727
PU1	0.575	0.591	0.778	0.853
PU2	0.523	0.579	0.781	0.528
PU3	0.641	0.692	0.856	0.580
PU4	0.563	0.550	0.738	0.457

PU5	0.635	0.770	0.841	0.629
S1	0.554	0.724	0.635	0.823
S2	0.501	0.664	0.633	0.773
S3	0.624	0.656	0.501	0.799
S4	0.569	0.639	0.548	0.840
S5	0.591	0.623	0.582	0.813

Hasil berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *cross loading* antara *indicator* dan variabel menunjukkan nilai tertinggi jika dibandingkan dengan nilai *indicator* variabel lainnya dan hasil tersebut sudah sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.

Kemudian untuk menerapkan kriteria *Fornell-Larcker*, harus membandingkan nilai akar dari *Average Variance Extracted (AVE)*, yang harus lebih besar dari kuadrat korelasi antara konstruk dan variabel konstruk lainnya.

Tabel 4. 6 Nilai Fornel Lackers

	C	CI	PU	S
C	0.878			
CI	0.719	0.882		
PU	0.737	0.804	0.800	
S	0.700	0.817	0.717	0.810

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa variabel konstruk memiliki hubungan yang lebih tinggi daripada variabel konstruk dan variabel konstruk lainnya. Angka ini menunjukkan bahwa variabel penelitian memenuhi persyaratan untuk melanjutkan ke langkah pengujian berikutnya dan karenanya dianggap valid menurut kriteria *Fornell-Larcker*.

Tabel 4. 7 Nilai Keseluruhan Measurement Model (Outer Model)

VAR	IND	OL	Cross Loading				CA	CR	AVE	FL
			C	CI	PU	S				
C	C1	0.876	0.876	0.582	0.598	0.608	0.926	0.944	0.771	0.878
	C2	0.877	0.877	0.585	0.617	0.613				
	C3	0.866	0.866	0.721	0.750	0.653				

	C4	0.863	0.863	0.645	0.644	0.623				
	C5	0.907	0.907	0.606	0.605	0.568				
CI	CI1	0.869	0.642	0.869	0.667	0.725	0.928	0.946	0.779	0.882
	CI2	0.913	0.652	0.913	0.745	0.721				
	CI3	0.818	0.641	0.818	0.664	0.721				
	CI4	0.886	0.627	0.886	0.740	0.713				
	CI5	0.923	0.611	0.923	0.726	0.727				
PU	PU1	0.778	0.575	0.591	0.778	0.853	0.859	0.899	0.640	0.800
	PU2	0.781	0.523	0.579	0.781	0.528				
	PU3	0.856	0.641	0.692	0.856	0.580				
	PU4	0.738	0.563	0.550	0.738	0.457				
	PU5	0.841	0.635	0.770	0.841	0.629				
S	S1	0.823	0.554	0.724	0.635	0.823	0.869	0.905	0.656	0.810
	S2	0.773	0.501	0.664	0.633	0.773				
	S3	0.799	0.624	0.656	0.501	0.799				
	S4	0.840	0.569	0.639	0.548	0.840				
	S5	0.813	0.591	0.623	0.582	0.813				

Keterangan :

VAR = Variabel

IND = Indikator

OL = Outer Loading

CA = Cronbach alpha

CR = Composite Reliability

AVE = Average Variance Extracted

CL = Cross Loading

FL = Fornel Lacker's

4.4 Hasil Analisis Structural Model (Inner Model)

4.4.1 Path coefficient

Uji *path coefficient* menunjukkan pentingnya hubungan antara variabel dalam model penelitian dilakukan pengujian koefisien jalur. Koefisien jalur dianggap berdampak signifikan terhadap model jika nilainya lebih tinggi dari batas 0,1, atau berada diambang batas -1 hingga sampai 1.

Tabel 4. 8 Hasil *path Coefficient*

Jalur	<i>Path coefficient</i>
C → PU	0.737
C → S	0.376
PU → CI	0.448
PU → S	0.440
S → CI	0.496

Berdasarkan hasil pada tabel diatas adalah berada pada ambang batas -1 hingga 1 yang artinya bahwa 5 hipotesis dalam penelitian yang diajukan dinyatakan diterima karena telah memenuhi nilai lebih dari kriteria yang ditentukan.

4.4.2 Coefficient of Determination

Perhitungan metode PLS pada perangkat lunak *SmartPLS* menghasilkan R^2 . Hanya variabel *laten* yang dipengaruhi oleh variabel laten lainnya yang memiliki *R-square*. Menurut Hussein variabel *laten* yang dipengaruhi juga dikenal sebagai variabel *laten endogen*. Tiga variabel *laten endogen* memiliki perhitungan R^2 dalam penelitian ini. terdapat tiga kriteria pengukuran R^2 yang berbeda: 0,67 untuk tinggi, 0,33 untuk menengah, dan 0,19 untuk rendah.

Tabel 4. 9 Coefficient of Determination (R^2)

Variabel	<i>R-square</i>	Keterangan
CI	0.765	Kuat
PU	0.543	Moderat
S	0.579	Moderat

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas dapat dijelaskan dan dijabarkan bahwa Nilai R^2 pada penelitian ini menunjukkan bahwa :

- 54,3% dari variasi dalam *Perceived Usefulness* dapat dijelaskan oleh variabel Confirmation. Hal ini menempatkan PU dalam kategori

prediktif **moderat**. Artinya, model yang digunakan cukup baik dalam menjelaskan bagaimana *Confirmation* mempengaruhi *Persepsi Usefulness*, tetapi masih ada sekitar 45,7% dari variabilitas PU yang tidak dijelaskan, mungkin dipengaruhi oleh factor lain diluar model.

- Nilai R² sebesar 57,9% **Satisfaction** menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam kepuasan dapat dijelaskan oleh *Perceived Usefulness* dan *Confirmation* merupakan nilai yang **moderat**, menunjukkan bahwa model ini cukup baik dalam menjelaskan kepuasan pengguna berdasarkan persepsi kegunaan dan konfirmasi. Namun, ada 42,1% dari variasi dalam *Satisfaction* yang mungkin dipengaruhi oleh faktor lain.
- Nilai R² ini menunjukkan bahwa 76,5% dari variasi dalam **Continuance Intention** dapat dijelaskan oleh variabel *Satisfaction* dan *Perceived Usefulness*. Nilai ini berada dalam kategori prediktif **kuat**, yang berarti model ini sangat baik dalam menjelaskan *Continuance intention*. Hanya sekitar 23,5% dari variasi dalam CI yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan oleh model.

4.4.3 T-test

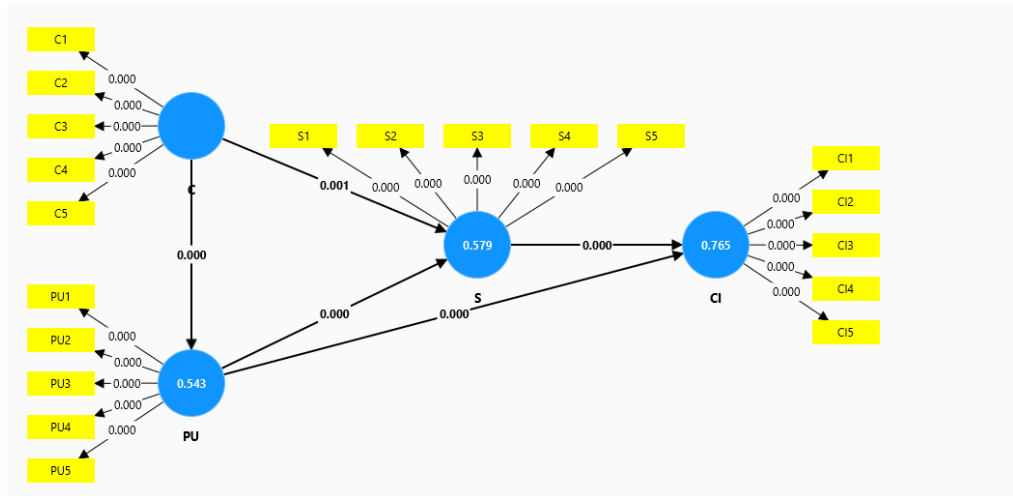
Pada tahapan ini yaitu pengujian T-test yang dilakukan dengan cara metode *bootstrapping* dan tingkat signifikansi 5%, dan untuk menarik kesimpulan adanya signifikansi statistic maka nilai T-test harus melebihi angka 1,96. Dan hasil T-test penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 10 Hasil Uji T-test

Jalur	T Statistic (IO/STDEVI)	P Values	Keterangan
C → PU	12.031	0.000	Diterima
C → S	3.311	0.001	Diterima
PU → CI	3.763	0.000	Diterima

PU → S	4.205	0.000	Diterima
S → CI	4.563	0.000	Diterima

Berdasarkan Tabel diatas dapat dijabarkan bahwa pada hubungan hipotesis semua jalur diterima, dengan penggambaran hasil pengujian T-test dan dapat dilihat pada gambar berikut :



4.4.4 Effect size

Untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel tertentu terhadap variabel lain dalam kerangka model penelitian ini, digunakan uji ukuran efek (f^2). Tingkat pengaruh variabel dijelaskan oleh ukuran efek dengan menggunakan sejumlah kriteria nilai. Nilai ukuran efek 0,02 dianggap memiliki pengaruh kecil, nilai ukuran efek 0,15 sebagai pengaruh sedang, dan nilai ukuran efek 0,35 sebagai pengaruh terbesar.

Tabel 4. 11 Nilai Effect Size

Jalur	F-square	Keterangan
-------	----------	------------

	C → PU	1.118	Besar
	C → S	0.154	Menengah
	PU → CI	0.415	Menengah
	PU → S	0.210	Menengah
Hasil	S → CI	0.510	Menengah

pengujian *effect size* tabel diatas menunjukkan hubungan jalur bahwa jalur variabel C – PU Memiliki pengaruh besar, hubungan Jalur variabel C – S, PU – CI, PU – S, S – CI memiliki pengaruh menengah/sedang pada struktur model.

4.4.5 Pengujian Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini dapat diketahui dari penghitungan mode menggunakan PLS teknik *bootstrapping*. Dari hasil penghitungan *bootstrapping* tersebut akan diperoleh nilai *T statistic* setiap hubungan atau jalur. Pengujian hipotesis ini diatur dengan tingkat signifikansi 0,05. Hipotesis dapat diterima apabila nilai *T statistic* lebih besar dari 1,96. Dibawah ini adalah tabel hasil dari pengujian hipotesis

Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis

Jalur	Original Sampel (O)	Sampel Mean (M)	Standar Deviation (STDEV)	T--satictic
C → PU	0.737	0.738	0.061	12.031
C → S	0.376	0.377	0.114	3.311
PU → CI	0.448	0.431	0.119	3.763
PU → S	0.440	0.444	0.105	4.205
S → CI	0.496	0.512	0.109	4.563

Hipotesis dapat diterima apabila hasil *T statistic* nya melebihi dari angka 1,96 dan *original sample* digunakan untuk mengetahui arah hasil penelitian hipotesis apakah berpengaruh positif atau *negative*. Dan berikut merupakan interpretasi dari hasil pengujian hipotesis.

- a. Hipotesis 1 menyatakan bahwa *confirmation* memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Hasil perhitungan PLS menunjukkan bahwa *confirmation* memang memiliki pengaruh positif terhadap *perceived usefulness*. Nilai *T-statistic* dari *confirmation* adalah $12,031 > 1,96$. Dengan begitu hipotesis 1 dinyatakan terbukti.
- b. Hipotesis 2 menyatakan bahwa *confirmation* memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction*. Hasil perhitungan PLS menunjukkan bahwa *confirmation* memang memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction*. Nilai *T-statistic* dari *confirmation* adalah $3,311 > 1,96$. Dengan begitu hipotesis 2 dinyatakan terbukti.
- c. Hipotesis 3 menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance intention*. Hasil perhitungan PLS menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memang memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance intention*. Nilai *T-statistic* dari PU adalah $3,763 > 1,96$. Dengan begitu hipotesis 3 dinyatakan terbukti.
- d. Hipotesis 4 menyatakan bahwa *perceived usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *Satisfaction*. Hasil perhitungan PLS menunjukkan bahwa *perceived usefulness* memang memiliki pengaruh positif terhadap *satisfaction*. Nilai *T-statistic* dari PU adalah $4,205 > 1,96$. Dengan begitu hipotesis 4 dinyatakan terbukti.
- e. Hipotesis 5 menyatakan bahwa *satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance intention*. Hasil perhitungan PLS menunjukkan bahwa *satisfaction* memang memiliki pengaruh positif terhadap *Continuance intention*. Nilai *T-statistic* dari S adalah $4,563 > 1,96$. Dengan begitu hipotesis 2 dinyatakan terbukti.

4.5 Interpretasi Hasil Penelitian

4.5.1 Interpretasi dan pembahasan Hasil Analisis Measurement Model (Outer Model)

Model outer atau model pengukuran analisis hasil, dapat digunakan untuk menyimpulkan bahwa model analisis yang diterapkan telah memenuhi kriteria pada setiap tahap proses penelitian. Pernyataan tersebut didukung oleh adanya koefisien *outer loading* yang sedikit lebih besar dari 0,7, *Composite Reliability* dan *Cronbach's alpha* yang mereduksi koefisien minimum 0,7, koefisien *Average Variance Extracted (AVE)* yang sedikit lebih besar dari 0,5, dan koefisien *cross loading* dan *Fornell-Larcker* yang juga mereduksi kriteria yang ditentukan.

4.5.2 Interpretasi dan pembahasan hasil Analisis Structural Model (Inner Model)

Hasil analisis inner model dapat dijelaskan dengan interpretasi berikut yang disesuaikan dengan pengajuan hipotesis sebelumnya.

1. H1 : Apakah Confirmation memiliki pengaruh secara signifikan terhadap *perceived usefulness* ?

Hasil uji path coefficient (β) menunjukkan bahwa H1, yaitu hubungan *Confirmation (C)* \rightarrow *Perceived Usefulness (PU)*, memiliki nilai yang melebihi ambang batas 0,1 yakni 0,737, yang berarti variabel *Confirmation (C)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Perceived Usefulness (PU)*. Hasil *t-test* juga menunjukkan bahwa H1 diterima, karena hubungan *Confirmation (C)* \rightarrow *Perceived Usefulness (PU)* memiliki nilai *t-test* di atas 1,96 yaitu sebesar 12,031. Nilai f^2 juga menunjukkan bahwa H1 memiliki nilai pengaruh yang besar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja BSI Mobile sudah sesuai dengan ekspektasi pengguna, yang menunjukkan bahwa *confirmation* memiliki pengaruh terhadap *perceived usefulness* menunjukkan bahwa BSI Mobile Banking telah memiliki fitur-fitur yang lengkap dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang artinya bahwa pengalaman pengguna dalam manfaat yang dirasakan pengguna memiliki keberpengaruhan, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Roberto Andre⁸⁴.

⁸⁴ Andrew dan Ardianti.

2. H2 : Apakah Confirmation memiliki pengaruh secara signifikan terhadap Satisfaction ?

Hasil uji path coefficient (β) menunjukkan bahwa H2, yaitu hubungan *Confirmation* (C) \rightarrow *satisfaction* (S), memiliki nilai yang melebihi ambang batas 0,1 yakni 0,376, yang berarti variabel *Confirmation* (C) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Satisfaction* (S) Hasil t-test juga menunjukkan bahwa H2 diterima, karena hubungan *Confirmation* (C) \rightarrow *Satisfaction* (S) memiliki nilai t-test di atas 1,96 yaitu sebesar 3,331. Nilai f^2 juga menunjukkan bahwa H2 memiliki nilai pengaruh yang menengah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna merasakan kepuasan setelah mendapatkan manfaat yang diberikan oleh BSI mobile yang sesuai dengan ekspektasi pengguna. Semakin tinggi ekspektasi pengguna yang dirasakan terpenuhi maka kepuasan yang dirasakan pengguna juga akan semakin meningkat. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Catherine⁸⁵ bahwa *confirmation* memiliki pengaruh terhadap *satisfaction*.

3. H3 : Apakah perceived usefulness memiliki pengaruh terhadap satisfaction ?

Hasil uji path coefficient (β) menunjukkan bahwa H3, yaitu hubungan *Perceived usefulness* (PU) \rightarrow *Continuance intention* (CI), memiliki nilai yang melebihi ambang batas 0,1 yakni 0,448, yang berarti variabel *perceived usefulness* (PU) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Continuance Intention* (CI) Hasil t-test juga menunjukkan bahwa H3 diterima, karena hubungan *perceived usefulness* (PU) \rightarrow *Continuance Intention* (CI) memiliki nilai t-test di atas 1,96 yaitu sebesar 3,763. Nilai f^2 juga menunjukkan bahwa H3 memiliki nilai pengaruh yang menengah.

Keinginan pengguna untuk terus menggunakan BSI Mobile Banking dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *perceived Usefulness*, yang terkait

⁸⁵ Catherine dan Tjokrosaputro.

dengan persepsi manfaat yang dirasakan pengguna terhadapnya. Pengguna merasa bahwa penggunaan BSI Mobile untuk menyelesaikan transaksi sangat membantu, yang dapat meningkatkan output dan kinerja. Hasilnya, sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka akan menggunakan dikemudian hari yang artinya bahwa semakin tinggi tingkat manfaat yang dirasakan oleh pengguna maka pengguna cenderung akan tetap menggunakannya. Hal ini didukung oleh penelitian Nadyah Nur Ghozihan⁸⁶; Putri Rohadatul Aisy (2024)⁸⁷. Dwi Mega Lestari⁸⁸

4. H4 : Apakah perceived usefulness memiliki pengaruh terhadap satisfaction?

Hasil uji path coefficient (β) menunjukkan bahwa H4, yaitu hubungan *Perceived usefulness* (PU) \rightarrow *satisfaction* (S), memiliki nilai yang melebihi ambang batas 0,1 yakni 0,440, yang berarti variabel *perceived usefulness* (PU) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Satisfaction* (S) Hasil *t-test* juga menunjukkan bahwa H4 diterima, karena hubungan *perceived usefulness* (PU) \rightarrow *Satisfaction* (S) memiliki nilai *t-test* di atas 1,96 yaitu sebesar 4,205. Nilai f^2 juga menunjukkan bahwa H4 memiliki nilai pengaruh yang menengah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan pengguna akan menumbuhkan rasa kepuasan pada jiwa pengguna. Hal ini diterima oleh pengguna akan manfaat yang dirasakan dengan adanya BSI Mobile sehingga transaksi menjadi lebih efisien dan praktis, hal ini didukung oleh mayoritas responden yang menyatakan bahwa BSI Mobile mampu meningkatkan produktivitas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi manfaat yang diterima pengguna maka akan semakin meningkat pula rasa kepuasan dalam diri pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh

⁸⁶ Ghozihan dan Nugroho.

⁸⁷ Aisy.

⁸⁸ Lestari.

Devi Suryani; Satya Rizki⁸⁹; dan Dwi mega⁹⁰ yang mengungkapkan bahwa *perceived usfullnes* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Yang artinya Pengguna akan merasa puas apabila penggunaan layanan memberikan manfaat kepada pengguna.

5. H5 : Apakah satisfaction memiliki pengaruh terhadap Continuance intention ?

Hasil uji path coefficient (β) menunjukkan bahwa H5, yaitu hubungan *Satisfaction (S) → Continuance Intention (CI)*, memiliki nilai yang melebihi ambang batas 0,1 yakni 0,496, yang berarti variabel *Satisfaction (S)* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel *Continuance Intention (CI)*. Hasil t-test juga menunjukkan bahwa H5 diterima, karena hubungan *Satisfaction (S) → Continuance Intention (CI)* memiliki nilai t-test di atas 1,96 yaitu sebesar 4,563. Nilai f^2 menunjukkan bahwa H5 memiliki nilai pengaruh yang Menengah.

Hasil penelitian menunjukan bahwa pengguna akan tetap menggunakan layanan dimasa yang akan datang berdasarkan hasil penggunaan layanan BSI mobile yang memberikan kepuasan kepada pengguna. Semakin tinggi kepuasan yang dirasakan pengguna pasca menggunakan transaksi BSI mobile maka pengguna akan cenderung tetap menggunakan layanan dikemudian hari. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ruli Wahyuning,⁹¹; Dessanti Putri⁹².

⁸⁹ Irfansyah dan Raharjo.

⁹⁰ Lestari.

⁹¹ Tyas dan Azizah.

⁹² Sekti, Ferinda, dan Putri.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan hasil penelitian mengenai analisis factor yang mempengaruhi *continuance intention* pada BSI Mobile Banking menggunakan *Expectation Confirmation Model* (ECM), yaitu:

1. Variabel *Confirmation* dari hasil uji data diperoleh sebesar 0.737, dan hasil T-test diperoleh 12.031 yang artinya diatas nilai 1,96. Sehingga hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa *confirmation* terdapat pengaruh signifikan terhadap *perceived usefulness* dan mengindikasi bahwa H1 diterima. Artinya bahwa pengalaman positif dalam penggunaan memperkuat keyakinan pengguna akan manfaat praktis dari layanan mobile banking.
2. Variabel *Confirmation* dari hasil uji data diperoleh sebesar 0.376, dan hasil T-test diperoleh 3,311 > 1,96. yang artinya diatas nilai 1,96. Sehingga hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa *confirmation* terdapat pengaruh signifikan terhadap *satisfaction* dan mengindikasi bahwa H2 diterima.
3. Variabel *perceived usefulness* dari hasil uji data diperoleh sebesar 0.448, dan hasil T-test diperoleh 3,763 > 1,96. yang artinya diatas nilai 1,96. Sehingga hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa *perceived usefullnes* terdapat pengaruh signifikan terhadap *Continuance intention* dan mengindikasi bahwa H3 diterima. Artinya Penelitian ini mengonfirmasi bahwa kemanfaatan yang dirasakan memiliki dampak positif terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan layanan mobile banking. Pengguna yang merasa layanan tersebut bermanfaat cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk terus menggunakan layanan tersebut.
4. Variabel *perceived usefulness* dari hasil uji data diperoleh sebesar 0.440, dan hasil T-test diperoleh 4,205 > 1,96. yang artinya diatas nilai 1,96. Sehingga hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa *perceived usefullnes* terdapat

pengaruh signifikan terhadap *satisfaction* dan mengindikasikan bahwa H4 diterima. Artinya Semakin tinggi kemanfaatan yang dirasakan, semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pengguna.

5. Variabel *satisfaction* dari hasil uji data diperoleh sebesar 0.496, dan hasil T-test diperoleh $4,563 > 1,96$. yang artinya diatas nilai 1,96. Sehingga hasil uji hipotesis ini menunjukkan bahwa *satisfaction* terdapat pengaruh signifikan terhadap *Continuance intentionn* dan mengindikasikan bahwa H4 diterima. Artinya Pengguna yang merasa puas dengan layanan cenderung memiliki niat yang lebih tinggi untuk melanjutkan penggunaan layanan tersebut di masa depan.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini memiliki ukuran sampel yang terbatas, yang dapat mempengaruhi generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas. Jumlah responden yang kecil sehingga tidak dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya.
2. Teknik yang digunakan dalam memperoleh informasi hanya melalui angket dan literature kepustakaan sehingga tidak bisa diketahui secara detail sebab alasan responden dalam memberikan jawaban pada pengukuran hasil skala likert Setuju – tidak setuju

5.3 Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan populasi dengan melibatkan responden dari berbagai daerah atau segmen pasar yang berbeda, Dan Tidak Terbatas Pada Pengguna Layanan BSI Mobile
2. Disarankan untuk penelitian selanjutnya untuk dapat menggabungkan Model Seperti *UTAUT*, *TCT* serta memperluas dengan menambahkan variabel lain seperti *trust* atau *perceived risk* yang dapat memengaruhi penggunaan mobile banking, untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan niat pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinus, Delvin Valentino, dan Keni Keni, “Confirmation, Service Quality, Dan Quality Of Personalization Untuk Memprediksi Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3.3 (2021), 661 <<https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13150>>
- Aiman, Ummul dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022
- Aisy, Putri Rohadatul, “Pengaruh Perceived Ease of Use , Perceived Usefulness , dan User Satisfaction terhadap Continuance Intention dalam Bertransaksi dengan Dompot Digital ShopeePay,” 6.1 (2024), 44–55
- Akbar, Niko Faizal, “Analisis Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Komunikasi Snaapp Pada SD Ignatius Slamet Riyadi Karawang,” 2020, 94–94
- Amini, Arfani Nariah, dan Abdul Yusuf, “Pengaruh E-Trust Dan E-Satisfaction Terhadap Continuance Intention Pada Pengguna E-Money (Survei Pada Pengguna Flazz BCA di Indonesia),” *Jambura*, 6.3 (2024), 1401–10 <<http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>>
- Amrita, Nyoman Dwika Ayu dkk, “Niat menggunakan E-money berlandaskan Tri Kaya Parisudha: konsep dan aplikasi,” ed. oleh Miko Andi Wardana (CV. Intelektual Manifes Media, 2023), hal. 123
- Andrew, Roberto, dan Retno Ardianti, “Perceived playfulness, perceived usefulness, confirmation dan continuance intention pada layanan video on demand: satisfaction sebagai mediasi,” *MBR (Management and Business Review)*, 6.2 (2022), 195–211 <<https://doi.org/10.21067/mbr.v6i2.7549>>
- Arkanuddin, Mohammad Fahmi dkk, “The Analysis Of Satisfaction On Digital Business Sector: Expectation Confrimation Model Validation,” *Jurnal Ekombis Review*, 11.2 (2023), 1781–1800 <<https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/indexDOI:https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i12>>
- Azizah, Astri Anantasari, Ade Yusuf Mujaddid, dan Dessy Noor Farida, “The Effect of Margin Income and Shares of Results on Net Profit Achieved In BRI Syariah,” *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 3.1 (2021), 63–82 <<https://doi.org/10.21580/al-arbah.2021.3.1.8158>>
- “Bankbsi” <<https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>>
- Bhattacharjee, Anol, “Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-

- Confirmation Model,” *MIS Quarterly*, 25.3 (2001), 351–70
- Buwono, Satrio Ronggo, Lastuti Abubakar, dan Tri Handayani, “Kesiapan Perbankan Menuju Transformasi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Melalui Financial Technology (Fintech),” *Jurnal Poros Hukum Padjadjaran*, 3.2 (2022), 228–41 <<https://doi.org/10.23920/jphp.v3i2.764>>
- Catherine, dan Miharni Tjokrosaputro, “Pengaruh Perceived Usefulness dan Confirmation terhadap Continuance Intention Pembelian Tiket Maskapai LCC: Dengan Satisfaction sebagai Mediator,” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5.2 (2023), 383–91 <<https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23408>>
- Chin, Whyne, “The partial least squares approach for structural equation modeling,” ed. oleh George A. Marcoulides (Modern Methods For Bussines Research, 1998), hal. 295–336
- Davis, Fred D., “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS Quarterly: Management Information Systems*, 13.3 (1989), 319–39 <<https://doi.org/10.2307/249008>>
- Fahmi, Syarif Mumtaza, Jumi, dan M Nahar, “Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna,” *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)*, 6.2 (2020), 173–80
- Ghozihan, Nadyah Nur, dan Dian Ari Nugroho, “Perceived Security Terhadap Continuance Intention To Use Melalui Perceived Usefulness Pada Zoom,” *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 01.4 (2022), 449–57 <<http://dx.doi.org/10.21776/jmppk.2022.01.4.04>>
- Hermawan, Iwan, “Metodologi penelitian pendidikan Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode.,” I (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019)
- Hsu, Hsiang Wen, “a Multienzyme Technique for Estimating Protein Digestibility,” *Journal of Food Science*, 42.5 (1977), 1269–73 <<https://doi.org/10.1111/j.1365-2621.1977.tb14476.x>>
- Indrasari, Meithiana, *Pemasaran Dan Kepuasan pelanggan*, I (Surabaya, Jawa Timur: Unitomo Press, 2019)
- Irawan, Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, 11 ed. (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009)
- Irfansyah, Satya Rizky, dan Yusuf Muflikh Raharjo, “Pengaruh Perceived Usefulness terhadap Mobile Users’ Satisfaction dan Loyalty pada Aplikasi Go-Jek Oleh,” 2021, 2021
- Kudus, Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang, “No Titl”
- Kusumo, Muliawan Hendarto, dan Imron Rosyadi, “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Gojek,” *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16.1 (2023), 50–67 <<https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.876>>

- Lestari, Dwi Mega dkk, “Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Risk Terhadap Continuance Intention Dalam Penggunaan Aplikasi DANA di Jakarta,” *Seminar Nasional Riset Terapan Administrasi Bisnis dan MICE XI*, 11.1 (2022), 401–9
- Lestari, Indah, dan Rahmad Solling Hamid, “Analisis Tingkat Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Untuk Menggunakan Kembali Layanan Transportasi Online Di Era Pandemi Covid-19,” *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 9.1 (2020), 27–35 <<https://doi.org/10.35906/je001.v9i1.482>>
- Masitoh, Martina Rahmawati, “pengaruh kepuasan dan kepercayaan pelanggan pada niat beli ulang secara online.,” *Block Caving – A Viable Alternative?*, 21.1 (2017), 1–9
- More, Ewaldina Radja, dan Suprpti, “Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi risiko terhadap minat bertransaksi menggunakan mobile banking,” *Seminar Nasional Riset dan pengabdian Masyarakat: Manajemen, Akuntansi dan Ekonomi (SEMAE)*, 2022
- Mulyadi, Mohammad, “Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya,” *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 15.1 (2013), 128 <<https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>>
- Nihayah, Ana Zahrotun, dan Lathif Hanafir Rifqi, “Kontribusi Perbankan Syariah terhadap Permodalan UMKM Selama Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ecodemica : Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 6.2 (2022), 183–94 <<https://doi.org/10.31294/eco.v6i2.12998>>
- Nurdin dkk, “Pengaruh Manfaat, Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Mobile Banking Di Bank Mega Syariah Cabang Palu,” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020) <<https://jurnaljipsya.org/index.php/jipsya/article/view/24>>
- , “Pengaruh Pelayanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Mahasiswa Perbankan Syariah IAIN Palu),” *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2.1 (2020), 87–104 <<https://doi.org/10.24239/jipsya.v2i1.24.87-104>>
- Nurfadilla, N, “Peluang Dan Tantangan Bank Syariah Dalam Menghadapi Era Digital Banking (Studi Pada Bank Muamalat Kota Palopo),” ... *Dalam Menghadapi Era Digital Banking ...*, 2021 <<http://repository.umpalopo.ac.id/1625/>>
- Otoritas Jasa Keuangan, “Cetak Biru Transformasi Digital Bank,” 2021
- , “Panduan Penyelenggaraan Digital Branch,” *Panduan Penyelenggaraan Digital Branch*, 2016, hal. 15
- , “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah”
- Puspasari, Suci Indah, dan Rojuaniah, “Pengaruh enjoyment dan persepsi kegunaan terhadap continuance intention pada layanan over the top lokal,” *Implementasi Manajemen & Kewirausahaan*, 3.2 (2023), 1–15 <<https://doi.org/10.38156/imka.v3i2.216>>
- Putra, Erlangga Dwi, Salsabilla Athaullah, dan Abdul Yusuf, “Pengaruh Perceived Ease of Use,

- Perceived Enjoyment, Perceived Usefulness, dan Satisfaction terhadap Continued IT Usage Intention: Expected-Confirmation Model (ECM),” *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 13.1 (2023), 1 <<https://doi.org/10.30588/jmp.v13i1.1051>>
- Rahab, “Information Technology Continuance Model Dan Kepercayaan Dalam Konteks Keberlangsungan Pemanfaatan Layanan SMS Banking,” 21 (2015), 7903
- Rizkitasari, Fairuz, dan Dian Ari Nugroho, “Pengaruh Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Online Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Konsumen Koreabuys.Com),” *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53.9 (2013), 17
- Roflin, Eddy dkk, “Populasi, Sampel, Variabel dalam penelitian Kedokteran,” 1 ed. (Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2021)
- Sambung, Roby, “Dimensi Komitmen Organisasional: Dampaknya terhadap perilaku kerja pada organisasi sektor publik,” *Jurnal Terapan Manajemen dan Bisnis*, 2.1 (2016), 28–37
- Sekti, Dessanti Putri, Ari Ferinda, dan Nabilah Putri, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi E-Filling,” *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 16.2 (2022), 183–90 <<https://profit.ub.ac.id>>
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D” (Bandung: Alfabeta, 2010)
- Suryani, Devi, Ermansyah, dan Saipul Al Sukri, “Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness Dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek,” *Indonesian Journal of Business Economics and Management*, 1.2021 (2020), 11–19
- Tangesow, Nofialita, dan Altje L Tumbel, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Online (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen Unsrat 2014),” *Jurnal EMBA*, 7.3 (2019), 3468–77
- Tyas, Ruli Wahyuning, dan Nurul Azizah, “Analisa Kepuasan Pengguna Dompot Digital DANA Melalui Continuance Use Intention Dengan Expectation Confirmation Model,” *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 14.2 (2022), 126–40 <<https://doi.org/10.30630/jipb.v0i0.772>>
- Utami, Rahmi dkk, “Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Dan Time Saving Terhadap Continuous Usage Intention Dengan Attitude Towards Mobile Apps Sebagai Variabel Mediasi Pada Aplikasi Simpool Di Masa Pandemi Covid 19,” *Masarin Jurnal*, 0.0 (2022), 13–29
- Veithzal, dkk, “Commercial Bank Management: Manajemen Perbankan” (Jakarta: PT Raja Grafindo persada, 2013), hal. 514
- Wardani, Deni, “Faktor-Faktor Pengaruh Penggunaan Mobile Banking,” *Jurnal Sistem Informasi Bisnis (JUNSIBI)*, 2.1 (2021), 15–32 <<https://doi.org/10.55122/junsibi.v2i1.253>>
- Widayani, Anna, Ika Rachmawati, dan Catarina Cori Pradnya Paramita, “Model Perilaku Niat Berkelanjutan Adopsi Mobile Payment UMK di Jawa Timur,” *Briliant: Jurnal Riset dan Konseptual*, 8.4 (2023), 870 <<https://doi.org/10.28926/briliant.v8i4.1547>>

Yuningrum, Heny, “Mengukur kinerja operasional BMT pada tahun 2010 ditinjau dari segi efisiensi dengan data envelopment analysis (DEA) studi kasus BMT Di kota semarang,” *economica jurnal pemikiran dan penelitian ekonomi islam*, II (2012)

WEBSITE :

www.ojk.go.id

<https://qurankemenag.go.id>

LAMPIRAN

1.Lampiran Angket/Kuesioner

Assalamualaikum Wr.Wb

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i

Saya Dea Ayuk Sesilawati mahasiswi prodi Perbankan Syariah Fakultas ekonomi dan bisnis islam yang saat ini sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul *“Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Continuance Intention Pada Layanan BSI Mobile Dengan Expectation Confirmation Model (Studi Kasus : Bsi Kc Kudus)”* sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon bantuan Bapak/Ibu/saudara/I untuk berpartisipasi dalam penelitian saya dengan mengisi kuesioner/angket dibawah ini.

TABEL PERTANYAAN IDENTITAS RESPONDEN

NO	Pertanyaan	Jawaban
1	Nama	Nama Responden
2	Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none">▪ Perempuan▪ Laki – Laki
3	Usia	<ul style="list-style-type: none">▪ 17 – 25 Tahun▪ 26 – 30 Tahun▪ 31 – 40 Tahun▪ > 41 Tahun
4	Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none">▪ Pelajar/mahasiswa▪ PNS/Tni/Polri▪ Wiraswasta▪ Lainnya

5	Berapakah anda melakukan transaksi dalam /bulan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1x – 3x Transaksi ▪ 4x – 7x Transaksi ▪ 8x – 11x Transaksi
---	---	--

TABEL PERNYATAAN KUESIONER

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SST
1	Saya dapat mengakses BSI Mobile Tanpa kendala apapun					
2	Notifikasi transaksi yang diberikan bsi mobile selalu realtime dan akurat					
3	Saya merasa keandalan BSI Mobile sesuai dan memenuhi Ekpektasi saya					
4	Fitur – fitur BSI Mobile sesuai dengan kebutuhan saya					
5	Saya merasa kinerja BSI Mobile sesuai dengan yang saya Harapkan					
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SST
1	BSI Mobile memungkinkan saya untuk lebih cepat dalam melakukan transaksi					

2	Bsi mobile memudahkan saya dalam mengakses layanan perbankan kapan saja dan dimana saja					
3	Saya dapat dengan cepat menyelesaikan transaksi melalui BSI Mobile					
4	BSI Mobile membantu saya mencapai apa yang saya inginkan dalam bertransaksi					
5	Bsi mobile memudahkan saya dalam melakukan transaksi					
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SST
1	Saya merasa puas ketika menggunakan BSI Mobile					
2	Saya merasa puas setiap kali menyelesaikan transaksi melalui BSI Mobile					
3	Saya merasa puas BSI mobile dapat memenuhi kebutuhan transaksi saya					
4	Saya merasa senang dapat melakukan semua transaksi yang saya perlukan melalui BSI Mobile					
5	Saya merasa puas akan kemudahan					

	yang diberikan oleh BSI Mobile					
No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SST
1	Saya berencana untuk terus menggunakan BSI Mobile					
2	Saya berniat untuk menggunakan BSIMobile sebagai aplikasi utama perbankan					
3	Saya berniat merekomendasikan BSI Mobile kepada Teman dan keluarga saya					
4	Saya berniat untuk Tetap menggunakan BSI mobile daripada sistem lainnya					
5	Saya berniat untuk terus menggunakan BSI Mobile dimasa yang akan datang.					

1. Lampiran Tabulasi Responden

a. Keterangan

PU = Variabel Perceived usefulness

C = Variabel Confirmation

PU1	PU2	PU3	PU4	PU5	C1	C2	C3	C4	C5
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	5	4	3	4	4
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4
4	5	5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	5	4	5	5	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	5	4	4	5	5
3	4	4	4	2	4	4	3	4	4
4	3	3	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
3	5	5	5	3	5	5	5	5	5
4	3	3	4	4	3	3	3	4	4
4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	2	2	4	3	3
5	5	5	5	5	3	4	5	3	3
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
3	3	4	4	4	3	4	4	5	4

3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	3	3	4	4	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
5	4	4	2	4	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	4	2	3	4	3	3	3
5	3	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
3	3	2	3	2	3	2	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	1	4	5	4	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
3	4	4	4	3	4	4	4	3	4
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
2	3	3	4	3	4	3	4	3	4

5	5	3	4	4	4	4	5	4	5
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

a. Keterangan

S = Variabel satisfaction

CI = Variabel Continuance Intention

S1	S2	S3	S4	S5	CI1	CI2	CI3	CI4	CI5
5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	5	5	4	3	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	4	4	5	5	4	4	4
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	4	4	4

4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
4	3	4	4	4	3	3	4	2	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
3	3	4	3	5	3	3	4	3	3
4	4	2	3	3	4	4	3	4	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
3	4	2	3	3	3	4	3	2	4
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	4	5	5	4	4
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
4	3	4	3	3	3	2	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3	3	3
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	3	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
4	5	4	4	4	4	4	3	3	4

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5
4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	2	3	2	2	3	2	2
4	4	4	5	5	4	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
2	3	3	3	3	3	2	2	2	2
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	3	4	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	5	4	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	3	4	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	3	3	2	4	3	3
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	3	4	4	3	4
3	3	3	4	4	3	3	4	1	3
4	5	4	4	4	5	5	4	5	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	5	4	4	5	5	5
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
5	4	4	4	4	4	3	4	3	4
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

3. Lampiran Output smartpls 4

a. Hasil pls algorithma smartpls 4.1.0.6

Tabel 1 Outer Loading

Outer loadings - Matrix					
	C	CI	PU	S	
C1	0.876				
C2	0.877				
C3	0.866				
C4	0.863				
C5	0.907				
CI1		0.869			
CI2		0.913			
CI3		0.818			
CI4		0.886			
CI5		0.923			
PU1			0.778		
PU2			0.781		
PU3			0.856		
PU4			0.738		
PU5			0.841		
S1				0.823	
S2				0.773	
S3				0.799	
S4				0.840	
S5				0.813	

Tabel 2 Construct Reability dan validity

Construct reliability and validity - Overview				
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
C	0.926	0.928	0.944	0.771
CI	0.928	0.929	0.946	0.779
PU	0.859	0.868	0.899	0.640
S	0.869	0.869	0.905	0.656

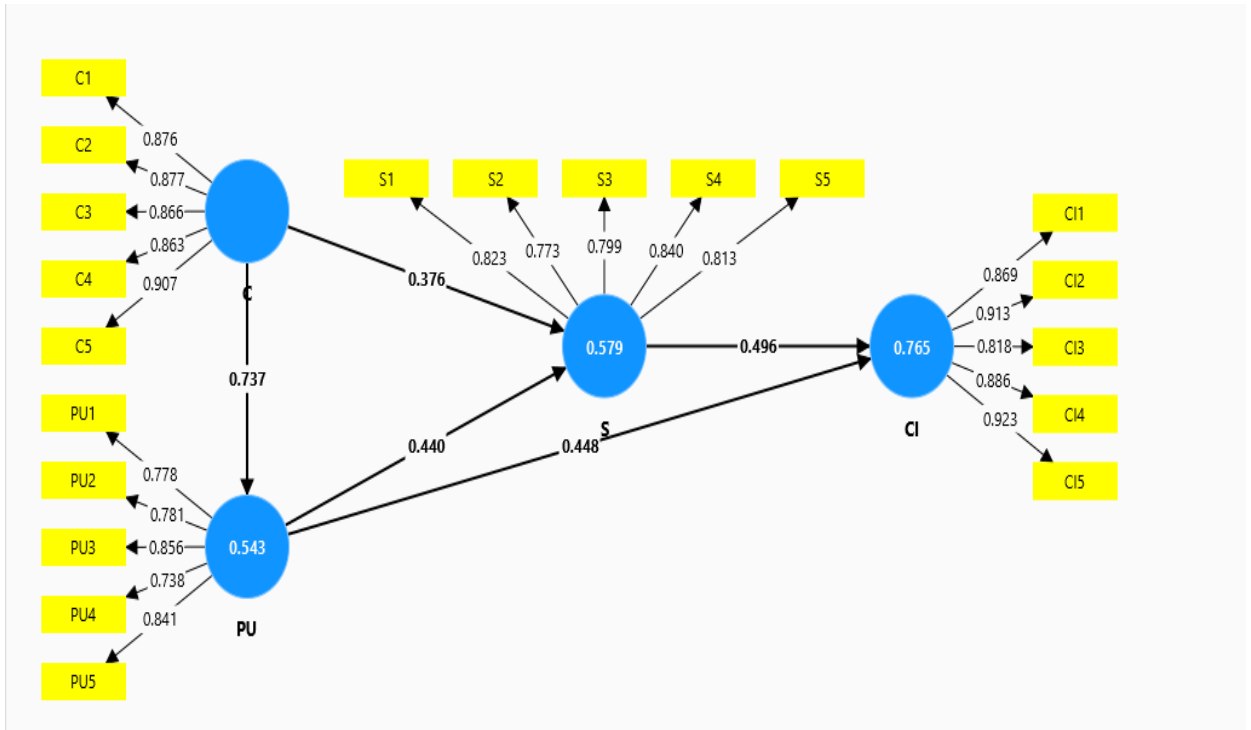
Tabel 3 Cross loading

Discriminant validity - Cross loadings					
	C	CI	PU	S	
C1	0.876	0.582	0.598	0.608	
C2	0.877	0.585	0.617	0.613	
C3	0.866	0.721	0.750	0.653	
C4	0.863	0.645	0.644	0.623	
C5	0.907	0.606	0.605	0.568	
CI1	0.642	0.869	0.667	0.725	
CI2	0.652	0.913	0.745	0.721	
CI3	0.641	0.818	0.664	0.721	
CI4	0.627	0.886	0.740	0.713	
CI5	0.611	0.923	0.726	0.727	
PU1	0.575	0.591	0.778	0.583	
PU2	0.523	0.579	0.781	0.528	
PU3	0.641	0.692	0.856	0.580	
PU4	0.563	0.550	0.738	0.457	
PU5	0.635	0.770	0.841	0.692	
S1	0.554	0.724	0.635	0.823	
S2	0.501	0.664	0.633	0.773	
S3	0.624	0.656	0.501	0.799	
S4	0.569	0.639	0.548	0.840	
S5	0.591	0.623	0.582	0.813	

Tabel 4 Fornel-Lackers criterion

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion					
	C	CI	PU	S	
C	0.878				
CI	0.719	0.882			
PU	0.737	0.804	0.800		
S	0.700	0.817	0.717	0.810	

Gambar 1 Hasil output Graphic



b. Hasil BOOTSTRAPPING dengan smartpls 4.1.0.6

Tabel 1

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
C -> PU	0.737	0.738	0.061	12.031	0.000	
C -> S	0.376	0.377	0.114	3.311	0.001	
PU -> CI	0.448	0.431	0.119	3.763	0.000	
PU -> S	0.440	0.444	0.105	4.205	0.000	
S -> CI	0.496	0.512	0.109	4.563	0.000	

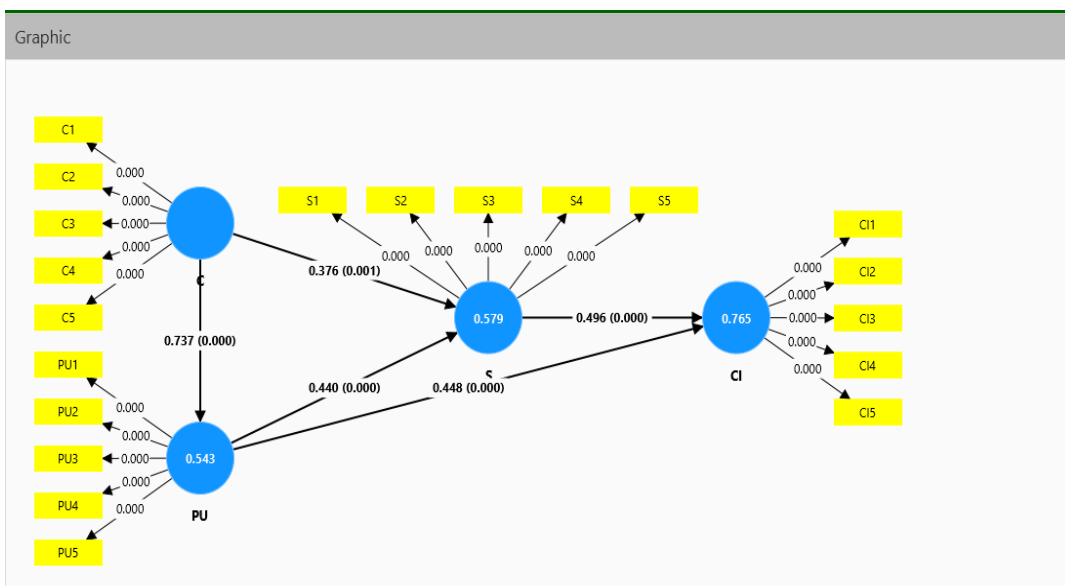
Tabel 2

Total indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
C -> CI	0.678	0.684	0.050	13.595	0.000	
C -> S	0.324	0.327	0.081	4.012	0.000	
PU -> CI	0.218	0.229	0.076	2.863	0.004	

Tabel 3

Specific indirect effects - Mean, STDEV, T values, p values						
	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values	
C -> PU -> S	0.324	0.327	0.081	4.012	0.000	
C -> S -> CI	0.187	0.196	0.078	2.404	0.016	
C -> PU -> CI	0.330	0.320	0.100	3.291	0.001	
C -> PU -> S -> CI	0.161	0.168	0.055	2.900	0.004	
PU -> S -> CI	0.218	0.229	0.076	2.863	0.004	




Gambar 1 output graphic



4. Lampiran dokumentasi



5. Lampiran surat keterangan

		 BANK SYARIAH INDONESIA
SURAT KETERANGAN		<small>PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KC Kudus A Yani 1 Ruko Ahmad Yani No.9 Jl Ahmad Yani Kudus 59317 T : (0291) 439272 F : (0291) 439274 www.bankbsi.co.id</small>
<p>PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk, KC Kudus A Yani 1 yang berkedudukan di Jalan A. Yani Ruko No. 9, Kudus, dengan ini menerangkan bahwa :</p>		
Nama	:	Dea Ayuk Sesilawati
NIM	:	2005036019
Jurusan	:	S1 Pebankan Syariah
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Sekolah / Perguruan Tinggi	:	UIN Walisongo Semarang
<p>Telah melaksanakan penelitian di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 dengan judul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Continuence Intention pada Layanan BSI Mobile dengan Expectation Confirmation Model " (Studi Kasus BSI KC Kudus A Yani 1) dengan memperhatikan prinsip kerahasiaan Bank sesuai UU Perbankan No.10 tahun 1998</p>		
<p>Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.</p>		
<p>Kudus, 30 Juli 2024</p>		
<p>PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk KC KUDUS A YANI 1</p>		
		
 BANK SYARIAH INDONESIA KC Kudus A. Yani 1		
Dwi Ayu Wulandari S BOSM		



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan, telp/Fax (024)7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

Nomor : 2107 /Un.10.5/D1/TA.0.01/07/2024
Lamp. : ---
Hal : Permohonan Izin Riset

Semarang, 15/07/2024

Yth.
Pimpinan BSI KC Kudus A Yani 1
Di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dengan ini kami memohon kesediaan Bapak / Ibu memberikan izin kepada :

Nama : DEA AYUK SESILAWATI
NIM : 2005036019
Semester : IX
Prodi : S.1 Perbankan Syariah
Alamat Peneliti : Bulugede RT 03/RW 03 Kec. Patebon, Kab. Kendal
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI CONTINUENCE INTENTION PADA LAYANAN BSI MOBILE DENGAN EXPECTATION CONFIRMATION MODEL (ECM) STUDI KASUS BSI KC KUDUS
Tanggal Pelaksanaan : 16/07/2024 s.d. 30/07/2024
Lokasi Penelitian : BSI KC Kudus A Yani 1
Jl. Jend. Ahmad Yani No.9, Magersari, Panjunan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59317

Demikian surat permohonan ini dibuat dan dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



an. Dekan,
Wakil Dekan I, Bidang Akademik
Dan Kelembagaan

MUCHAMAD FAUZI

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang (sebagai laporan)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dea Ayuk Sasilawati
Tempat, Tanggal Lahir : Kendal, 02 Juli 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Email : deaayuk516@gmail.com
Alamat : ds Bulugede 03/03 Patebon, Kendal



Pendidikan Formal

1. TK : TK SISWO UTOMO Tahun 2007– 2008
2. SD : SD Negeri 02 Bulugede Tahun 2008 - 2014
3. SMP/MTs : SMP Negeri 03 Kendal Tahun 2014 - 2017
4. SMA/MA/SMK : SMA Negeri 02 Kendal Tahun 2017 - 2020
5. Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang Tahun 2020 - 2024
 - a. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 - b. Jurusan : Perbankan Syariah

Demikian Riwayat Hidup ini Saya buat dengan sebenar – benar nya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 17 September 2024

Hormat saya



Dea Ayuk Sasilawati

