

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. A., & Djatmiko, T. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.co.id. *E-Proceeding of Management*, 3(1).
- Apriandi, M. F. G. S. D. W. (2019). E-Trust and EService Quality Influence on ELoyalty Users of BNI EBanking in Subang District. *Journal of Accounting and Business Issues (JABI)*, Volume 01, 47–53.
- Fadhila Rahma, T. I. (2018). Persepsi Masyarakat Kota Medan Terhadap Penggunaan Financial Technology. *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.30821/ajei.v3i1.1704>
- Falaisifah, A. (2021a). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Nasabah Pengguna E-Banking Syariah Di DKI Jakarta (Studi pada masa Pandemi Covid-19). *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*, 1–142.
- Falaisifah, A. (2021b). Pengaruh E-Trust dan E-service Quality terhadap E-Loyalty Nasabah pengguna E-Banking Syariah di DKI Jakarta (Studi pada masa Pandemi Covid-19). *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH*, 1–142.
- Fatimah, D. S. dan S. (2020). *Metodologi Penelitian*. CV. Widya Puspita.
- Fitriana, A. (2017). Pengaruh E-Marketing dan E-CRM terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Internet Banking Bank Syariah Mandiri. *Citec Journal*, Vol. 4, No, 306–315.
- Fitriani, A. (2018). Pengaruh E-Trust Dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce C2C SHOPEE). *Skripsi UIN Alauddin Makassar*, 1–89.
- Harish, I. . (2017). Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah. *Skripsi. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta*, 17.

- Hasibuan, N. F. A. (2020). Analisis Kinerja Keuangan dengan Profit Sensitivity Analysis Satu Dekade PT Bank BRI Syariah. *FEBI UINSU*.
- Hidayat, N. (2018). Pengaruh Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Sikap Penggunaan Layanan Mobile Banking (Studi pada Bank Syariah Mandiri KCP Teluk Betung. *UIniversitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*.
- Hufron, F. R. S. M. M. K. A. (2018). Pengaruh Penerapan Marketing Syariah, Kepuasan Nasabah dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPRS Bumi Rinjani. *E – Jurnal Riset Manajemen, Universitas Islam Malang*, 62–76.
- Ikhsan, A. (2018). *Metodologi Penelitian : Untuk Skripsi, Thesis dan Disertasi* (H. Harmain (ed.)). Madenatera.
- Irfan, A. J. dan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Ciptapustaka Media Perintis.
- Kurriwati, A. M. N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen, Vol. 1 No.*, 91–97.
- Liani, A. M., & Yusuf, A. (2021). Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E-Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay. *YUME : Journal of Management*, 4(1), 138–149. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.445>
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Mubarok, A., & Kurriwati, N. (2021). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust terhadap E-Satisfaction Pada Nasabah Pengguna Aplikasi Mobile Banking Bank Tabungan Negara Bangkalan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM)*, 1(1), 91–97. <https://doi.org/10.21107/jkim.v1i1.11336>
- Muladi, A. (2021). ‘Efektivitas Sistem Layanan Mobile Banking Dalam Merespon Kebutuhan Nasabah Di Era Pandemic Covid-19 (Studi Pada Nasabah PT

- Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Bulukumba Sam Ratulangi). *Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar*, 1–57.
- Nafisah, I. (2021). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality terhadap E-Loyalty Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah (Studi pada Mahasiswa Kota Malang). *Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*, 1–71.
- Nawangasari, S., & Putri, N. D. (2020). Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 22(1), 55–63. <https://doi.org/10.33557/jurnalmatrik.v22i1.839>
- Nurrohman, D. S. (2022). Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Pengguna BSI Mobile dengan E-Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening. *Skripsi FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana (ed.); Ed. 12 Jil). PT. Indeks.
- Pradhanawati, D. P. A. (2020). Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty dengan E-satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pengguna Tokopedia di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. IX, N, 457–464.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Metode Penelitian Ekonomi*. FEBI UINSU PRESS.
- SanthikaSudirman, I. G. A. K. G. M. S. A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan, Komitmen, dan Loyalitas Nasabah Internet Banking di Kota Denpasar. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, Volume 1, 473–488.
- Sativa, A. (2016). *Analisis Pengaruh E-Trust dan E-Service Quality Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna E-Commerce C2C Tokopedia)*.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing.

- Soemitra, A. (2021). Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh Muamalah: Di Lembaga Keuangan dan Bisnis Kontemporer. In *Telematics and Informatics*.
- Suariedewi, I. G. A. A. M. (2020). Effect of mobile service quality to e-trust to develop e-satisfaction and e-loyalty mobile banking services. *International Research Journal of Management, IT and Social Sciences*, 7(1), 185–196. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v7n1.836>
- Supadie, D. A. (2013). *Sistem Lembaga Keuangan Ekonomi Syariah dalam Pemberdayaan Ekonomi Rakyat*. Pustaka Rizki Putra.
- Syahputri, F. (2021a). Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI Syariah. *UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYARIF HIDAYATULLAH*, 1–78.
- Syahputri, F. (2021b). *Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Layanan Internet Banking, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Pada Bank BNI Syariah* (Vol. 7).
- Yoga, P. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Fitur Produk BSI Mobile Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia*. 130.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam sejahtera bagi kita semua, perkenalkan nama saya Ika Ramadani Panjaitan mahasiswi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara yang sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul "**Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* Nasabah Pengguna BSI Mobile melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna BSI Mobile di Kota Medan)**" untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Oleh karena itu, saya memohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan menjadi partisipan dengan mengisi kuisisioner penelitian ini secara objektif dan tanpa unsur paksaan. Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini yaitu:

1. Nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Kota Medan
2. Nasabah Bank Syariah Indonesia menggunakan BSI *Mobile*
3. Nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* dengan *smartphone* android.

Segala bentuk informasi pribadi dijaga dengan baik kerahasiannya dan tidak akan digunakan diluar kegiatan penelitian ini. Atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi pernyataan kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum, Wr. Wb.

Salam Hormat,
Peneliti

Ika Ramadani P.

A. Profil Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin : a. Perempuan
b. Laki-laki
- Usia : a. 17-27 tahun c. 39-49 tahun
b. 28-38 tahun d. < 50 tahun
- Pendidikan Terakhir : a. SD/SMP/SMA c. S1
b. Akademi (D1-D4) d. S2/S3
- Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa c. Pegawai Swasta
b. PNS/TNI/POLRI d. Wiraswasta
c. BUMN/BUMD e. Lainnya

- Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili di Kota Medan?
a. Ya b. Tidak
- Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i nasabah Bank Syariah Indonesia menggunakan BSI *Mobile*?
a. Ya b. Tidak
- Apakah Bapak/Ibu/Saudara/i nasabah Bank Syariah Indonesia yang menggunakan BSI *Mobile* yang *smartphone* berbasis android?
a. Ya b. Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan memberi tanda check list (√) atau tanda silang (X) pada seluruh pertanyaan yang tersedia. Setiap pertanyaan terdiri dari lima poin skala dengan keterangan sebagai berikut:

Kode	Keterangan	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

C. Pernyataan Kuisioner

<i>E-Trust</i>						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia percaya BSI <i>Mobile</i> mempunyai kemampuan untuk					

<i>E-Trust</i>						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah					
2	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia percaya BSI <i>Mobile</i> akan bertanggungjawab atas kesalahan dalam transaksi					
3	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah bersedia menerima risiko ketika melakukan kesalahan transaksi pada saat menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
4	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia percaya BSI <i>Mobile</i> memiliki keterampilan dalam memberikan layanan kepada nasabah					
5	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia percaya BSI <i>Mobile</i> jujur dalam melakukan transaksi					

<i>E-Service Quality</i>						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	BSI <i>Mobile</i> mempunyai kemampuan untuk melindungi informasi data nasabah Bank Syariah Indonesia					
2	BSI <i>Mobile</i> merupakan aplikasi yang mudah di akses nasabah Bank Syariah Indonesia					
3	BSI <i>Mobile</i> berlaku jujur dalam memberikan pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Indonesia					
4	BSI <i>Mobile</i> menangani keluhan yang dilakukan Bank Syariah Indonesia dengan segera					
5	Bank Syariah Indonesia memberikan penawaran ganti rugi ketika pelayanan atau transaksi tidak sesuai dengan yang diharapkan nasabah					
6	BSI <i>Mobile</i> memiliki customer care online yang dapat membantu ketika nasabah Bank Syariah Indonesia mengalami kesalahan transaksi					
7	BSI <i>Mobile</i> menyediakan kontak seperti call center BSI 14040 dan Chat Aisyah yang bertujuan untuk mengatasi keluhan nasabah Bank Syariah Indonesia					

<i>E-Loyalty</i>						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia bersedia melakukan transaksi pembelian secara online dengan menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
2	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia bersedia untuk bertransaksi lagi dengan menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
3	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia berkeinginan untuk merekomendasikan untuk menggunakan BSI <i>Mobile</i> kepada orang lain					
4	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia bersedia melakukan transaksi yang berulang-ulang menggunakan BSI <i>Mobile</i>					

<i>E-Satisfaction</i>						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia memiliki pengalaman yang menyenangkan ketika menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
2	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia merasa puas dalam menggunakan waktu untuk bertransaksi menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
3	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia merasa puas terhadap kinerja BSI <i>Mobile</i> yang sesuai dengan harapan nasabah					
4	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia merasa puas dengan fitur yang telah disediakan dalam BSI <i>Mobile</i>					
5	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia merasa puas dengan keamanan data dan transaksi dalam menggunakan BSI <i>Mobile</i>					
6	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia merasa senang dan puas menggunakan BSI <i>Mobile</i> dibandingkan dengan menggunakan <i>mobile banking</i> lainnya					

<i>E-Satisfaction</i>						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
7	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia merasa puas terhadap perlindungan data pribadi nasabah yang baik					
8	Bapak/Ibu/Saudara/I sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia merasa puas atas konfirmasi dari BSI <i>Mobile</i> yang diberikan atas setiap transaksi yang dilakukan nasabah					

Lampiran 2 : Hasil Jawaban Responden

NO	T 1	T 2	T 3	T 4	T 5	S Q 1	S Q 2	S Q 3	S Q 4	S Q 5	S Q 6	S Q 7	L 1	L 2	L 3	L 4	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8
1	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3
5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
6	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
8	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
14	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4
15	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
16	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	5	5	5	5	3	3	3	4	4	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3
21	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
22	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
26	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
27	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
28	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3
30	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
32	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

34	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	
35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
37	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	
38	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	
39	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	
40	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	2	3	4	3	3	
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
42	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
43	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
46	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	
47	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
48	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	
49	4	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4	3	3	
50	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
51	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
52	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	5	4	5	4	2	3	3	3	4	4	3	3	
53	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	
56	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
57	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
59	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	
60	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
61	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
62	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4
63	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	
64	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
67	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	
68	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
69	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
70	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
71	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	2	4	3	3	
72	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
73	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
74	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
75	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	5	2	2	2	2	2	2	2	2	
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
77	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	
78	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
79	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	
80	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	3	3	2	2	
81	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	
82	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
83	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
84	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
87	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	

89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3
91	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
92	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	3	3	3	2	2	4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	5	4	4	3	2	3	2	3	2	2
94	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
95	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
96	3	4	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
97	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
98	4	4	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	3

Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Data

a. Variabel *E-Trust*

Correlations

		ET1	ET2	ET3	ET4	ET5	Total
ET1	Pearson Correlation	1	.464**	.428**	.537**	.326**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
ET2	Pearson Correlation	.464**	1	.482**	.662**	.338**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
ET3	Pearson Correlation	.428**	.482**	1	.570**	.423**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
ET4	Pearson Correlation	.537**	.662**	.570**	1	.390**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
ET5	Pearson Correlation	.326**	.338**	.423**	.390**	1	.668**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.702**	.760**	.751**	.826**	.668**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

b. Variabel E-Service Quality

Correlations

	ESQ1	ESQ2	ESQ3	ESQ4	ESQ5	ESQ6	ESQ7	Total
ESQ1 Pearson Correlation	1	.385**	.348**	.249*	.180	.498**	.275**	.597**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.012	.074	.000	.006	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
ESQ2 Pearson Correlation	.385**	1	.406**	.418**	.252*	.453**	.289**	.659**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.011	.000	.003	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
ESQ3 Pearson Correlation	.348**	.406**	1	.527**	.338**	.462**	.459**	.729**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
ESQ4 Pearson Correlation	.249*	.418**	.527**	1	.507**	.415**	.393**	.721**
Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
ESQ5 Pearson Correlation	.180	.252*	.338**	.507**	1	.445**	.362**	.643**
Sig. (2-tailed)	.074	.011	.001	.000		.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
ESQ6 Pearson Correlation	.498**	.453**	.462**	.415**	.445**	1	.557**	.797**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
ESQ7 Pearson Correlation	.275**	.289**	.459**	.393**	.362**	.557**	1	.694**
Sig. (2-tailed)	.006	.003	.000	.000	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	.597**	.659**	.729**	.721**	.643**	.797**	.694**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

c. Variabel E-Loyalty

Correlations

	EL1	EL2	EL3	EL4	Total
EL1 Pearson Correlation	1	.341**	.643**	.316**	.806**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.000
N	100	100	100	100	100
EL2 Pearson Correlation	.341**	1	.272**	.316**	.671**
Sig. (2-tailed)	.001		.006	.001	.000
N	100	100	100	100	100
EL3 Pearson Correlation	.643**	.272**	1	.214*	.759**
Sig. (2-tailed)	.000	.006		.032	.000
N	100	100	100	100	100
EL4 Pearson Correlation	.316**	.316**	.214*	1	.627**
Sig. (2-tailed)	.001	.001	.032		.000
N	100	100	100	100	100
Total Pearson Correlation	.806**	.671**	.759**	.627**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

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

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

d. Variabel E-Satisfaction

		Correlations								
		ES1	ES2	ES3	ES4	ES5	ES6	ES7	ES8	Total
ES1	Pearson Correlation	1	.660**	.700**	.651**	.577**	.585**	.653**	.652**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ES2	Pearson Correlation	.660**	1	.603**	.446**	.555**	.516**	.585**	.437**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ES3	Pearson Correlation	.700**	.603**	1	.631**	.582**	.555**	.671**	.636**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ES4	Pearson Correlation	.651**	.446**	.631**	1	.596**	.607**	.646**	.747**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ES5	Pearson Correlation	.577**	.555**	.582**	.596**	1	.605**	.634**	.556**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ES6	Pearson Correlation	.585**	.516**	.555**	.607**	.605**	1	.643**	.583**	.785**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ES7	Pearson Correlation	.653**	.585**	.671**	.646**	.634**	.643**	1	.721**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ES8	Pearson Correlation	.652**	.437**	.636**	.747**	.556**	.583**	.721**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.846**	.738**	.829**	.823**	.785**	.785**	.856**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4 : Hasil Uji Reabilitas

a. E-Trust

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.806	5

b. E-Service Quality

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	7

c. E-Loyalty

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.685	4

d. E-Satisfaction

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	8

Lampiran 5 : Hasil Uji Normalitas

a. Sub Struktural I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06347772
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.065
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

b. Sub Struktural II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.04337969
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.053
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.088 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 6 : Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Sub Struktural I

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.730	1.953		.373	.710
	E-Trust	.532	.124	.324	4.301	.000
	E-Service Quality	.746	.098	.571	7.585	.000

a. Dependent Variable: E-Satisfaction

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	813.214	2	406.607	93.565	.000 ^b
	Residual	421.536	97	4.346		
	Total	1234.750	99			

a. Dependent Variable: E-Satisfaction

b. Predictors: (Constant), E-Service Quality, E-Trust

Determinasi Koefisien

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.659	.652	2.085

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality, E-Trust

Sub Struktural II

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.579	.994		1.589	.115
	E-Trust	.209	.069	.269	3.057	.003
	E-Service Quality	.200	.063	.323	3.176	.002
	E-Satisfaction	.136	.052	.287	2.643	.010

a. Dependent Variable: E-Loyalty

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170.735	3	56.912	50.693	.000 ^b
	Residual	107.775	96	1.123		
	Total	278.510	99			

a. Dependent Variable: E-Loyalty

b. Predictors: (Constant), E-Satisfaction, E-Trust, E-Service Quality

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.601	1.060

a. Predictors: (Constant), E-Satisfaction, E-Trust, E-Service Quality

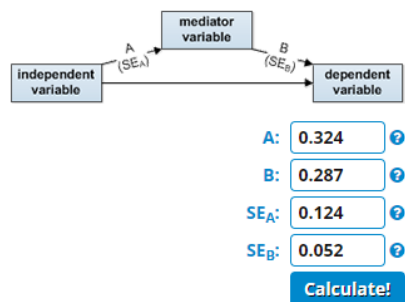
Lampiran 7: Hasil Uji Sobel

Hasil Uji Sobel I

Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation

This calculator uses the Sobel test to tell you whether a mediator variable significantly carries the influence of an independent variable to a dependent variable; i.e., whether the indirect effect of the independent variable on the dependent variable through the mediator variable is significant. This calculator returns the Sobel test statistic, and both one-tailed and two-tailed probability values.

Please enter the necessary parameter values, and then click 'Calculate'.



A:

B:

SE_A:

SE_B:

Calculate!

Sobel test statistic: 2.36162268

One-tailed probability: 0.00909758

Two-tailed probability: 0.01819515

▶ Related Resources

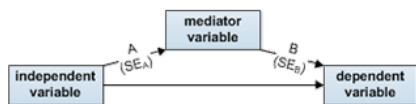
[x² Formulas](#) [References](#) [Related Calculators](#) [Search](#)

Hasil Uji Sobel II

Sobel Test Calculator for the Significance of Mediation

This calculator uses the Sobel test to tell you whether a mediator variable significantly carries the influence of an independent variable to a dependent variable; i.e., whether the indirect effect of the independent variable on the dependent variable through the mediator variable is significant. This calculator returns the Sobel test statistic, and both one-tailed and two-tailed probability values.


Please enter the necessary parameter values, and then click 'Calculate'.



A: 

B: 

SE_A: 

SE_B: 


Calculate!


Sobel test statistic: 4.18405007


One-tailed probability: 0.00001432


Two-tailed probability: 0.00002864

▶ Related Resources

 [Formulas](#)

 [References](#)

 [Related Calculators](#)

 [Search](#)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

Nama : Ika Ramadani Panjaitan
Tempat/Tanggal Lahir : Hutabalang, 10 Desember 1999
Alamat : Jl. Perumahan Graha Blok.D No.36,
Padang
No. HP : 081262891925
Tahun Masuk : 2018
Pembimbing Akademik : Dr. Tuti Anggraini, M.A
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Trust* dan *E-Service Quality*
Terhadap *E-Loyalty* Nasabah Pengguna *BSI Mobile* Dengan *E-Satisfaction* Sebagai
Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna
BSI Mobile di Kota Medan)
Pembimbing I : Tri Inda Fadhila Rahma, M.E.I
Pembimbing II : Nur Fadhilah Ahmad Hasibuan, M.Ak
IPK Sementara : 3.72

B. Pendidikan

2006-2012 : SD Negeri 153067 Hutabalang 2
2012-2015 : SMP Negeri 2 Pandan Nauli
2015-2018 : SMA Negeri 2 Sibolga
2018-2022 : UIN Sumatera Utara Medan

C. Pengalaman Organisasi

2018-2019 : Anggota Bidang Pemberdayaan Perempuan Himpunan
Mahasiswa Jurusan UIN Sumatera Utara Medan
2018-2019 : Anggota Organisasi Kelompok Studi Ekonomi Islam
Intelligence & Qalbu Based Of Economic Banking (KSEI
IQEB)
2020-2021 : Anggota Bidang Penelitian dan Pengembangan Himpunan
Mahasiswa Jurusan UIN Sumatera Utara Medan
2020-2021 : Anggota Divisi Penelitian dan Pengembangan Organisasi
Kelompok Studi Ekonomi Islam *Intelligence & Qalbu*
Based Of Economic Banking (KSEI IQEB)