

PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP KEPUASAN NASABAH LANTABUR MOBILE BANKING MELALUI CITRA BANK DI PT. BPRS LANTABUR TEBUIRENG CABANG MOJOKERTO

Nishful Lailati Putri. S¹, Lutvi Alamsyah²

Universitas KH.Abdul Chalim¹, Universitas KH.Abdul Chalim²

Email: nishfullailati02@gmail.com¹ , lutviuac@gmail.com²

Received: 16-02-2024

Revised:12-06-2024

Accepted: 04-07-2024

Abstrak : Selama pandemi Covid-19, kebutuhan masyarakat akan sistem digital meningkat pesat, yang menjadi tantangan tersendiri bagi dunia perbankan syariah, khususnya BPRS Lantabur Tebuireng. Untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya, BPRS Lantabur Tebuireng melakukan transformasi digital dengan meluncurkan layanan mobile banking Lantabur sebagai upaya meningkatkan kepuasan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik (e-service quality) dan kepercayaan elektronik (e-trust) terhadap kepuasan nasabah melalui citra bank di PT. BPRS Lantabur Mojokerto. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer. Sampel penelitian ini terdiri dari 98 nasabah pengguna mobile banking Lantabur, yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling. Analisis data dilakukan menggunakan model SEM dengan perangkat lunak SmartPLS 2.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-service quality berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. E-service quality berpengaruh positif signifikan terhadap citra bank. E-trust berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. E-trust berpengaruh positif signifikan terhadap citra bank dan citra bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil uji jalur membuktikan bahwa variabel intervening citra bank mampu memediasi hubungan antara e-service quality dan e-trust.

Kata Kunci : E-Service Quality, E-Trust, Citra Bank, Kepuasan Nasabah..

Abstract : During the Covid-19 pandemic, the community's need for a digital system is increasing, this is a challenge for the Islamic banking world, especially BPRS Lantabur Tebuireng. In order to be able to compete with other financial institutions, BPRS Lantabur Tebuireng started a digital transformation, namely with Lantabur mobile banking as a form of increasing customer satisfaction.

This study aims to determine the effect of e-service quality and e-trust on customer satisfaction with mobile banking through the image of the bank at PT. BPRS Lantabur Mojokerto. The method used is a quantitative research method. The data used is primary data. The sample of this research is customers who use Lantabur mobile banking. With the sampling technique using non-probability sampling the number of samples was 98 respondents. Data analysis using SEM model through smartPLS 2.0 analysis.

The results showed that e-service quality had a significant positive effect on customer satisfaction. e-service quality has a significant positive effect on the image of the bank. e-trust has a significant positive effect on customer satisfaction. e-trust has a significant positive effect on bank image and bank image has a significant effect on customer satisfaction. The results of the path test prove that the intervening variable of bank image is able to mediate the relationship between e-service quality and e-trust.

Keywords: *E-Service Quality, E-Trust, Bank Image, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perbankan syariah adalah lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah Islam dan tidak mengenal sistem bunga. Menurut Nur Dinah Fauziah, perbankan syariah didasarkan pada hukum Islam dan dalam prakteknya, imbalan yang diterima sesuai dengan kesepakatan antara bank dan nasabah (Fauziah dkk, 2019).

Perkembangan perekonomian, terutama di sektor perbankan syariah, telah menjadi indikator keberhasilan ekonomi berbasis syariah. Menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Laporan Perkembangan Keuangan Syariah Indonesia (LPKSI), perbankan syariah menunjukkan perkembangan yang positif dari tahun ke tahun, yang terlihat dari peningkatan jumlah jaringan kantor BUS, UUS, dan BPRS setiap tahunnya.

Pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan operasional perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2020. Virus ini memaksa pemerintah menerapkan kebijakan Work from Home (WFH) dan Social Distancing untuk mengurangi penyebaran, yang mengubah pola hidup masyarakat, termasuk kebutuhan akan teknologi (Tahliani, 2020). Kebutuhan teknologi selama pandemi sangat penting, terutama dalam transaksi keuangan, menjadi tantangan bagi BPRS.

BPRS mengatur strategi untuk tetap bertahan di industri keuangan nasional dengan memulai transformasi digital, seperti layanan mobile banking, untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses layanan keuangan melalui ponsel.

Mobile banking merupakan fasilitas layanan transaksi perbankan melalui jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam sehingga dapat memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi perbankan secara online tanpa harus meninggalkan aktivitasnya (Harish, 2017). Adanya layanan *Mobile Banking* sebagai salah satu bentuk peningkatan kualitas pelayanan dan kepercayaan untuk memenuhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah adalah sebuah persepsi positif yang mempengaruhi tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan kinerja dengan harapannya (Kotler dan Keller, 2014).

Berdasarkan penelitian Irfan Nurahmadi Harish dalam penelitiannya menunjukkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan nasabah pengguna mobile banking dapat diukur melalui kualitas layanan dan kepercayaan nasabah dalam menggunakan *mobile banking* (Harish, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah dapat diukur melalui kualitas layanan dan kepercayaan. Menurut Fandy Tjiptono yang dikutip oleh Sartika Moha dan Sjendry Loindrong kualitas layanan ialah suatu ukuran tingkat layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapannya (Moha dan Loindrong, 2016). BPRS menjadikan kualitas layanan sebagai jalan alternatif untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada agar selalu menggunakan produk dan jasa perbankan.

Menurut Cahase, Jacobs dan Aquilano yang dikutip oleh Faruk Ulum dan Rinaldi Muchtar, kualitas layanan perbankan yang baru dalam dunia digital disebut dengan *e-service quality* yaitu tingkat pelayanan nasabah berbasis *mobile banking* yang dapat memenuhi ekspektasi nasabah secara efektif dan efisien (Ulum dan Muchtar, 2018). Salah satu tolak ukur keberhasilan BPRS bergantung pada kepuasan nasabah, sehingga BPRS perlu melakukan upaya untuk meningkatkan rasa kepercayaan nasabah terhadap produk atau layanan jasa yang digunakan.

Selain *e-service quality*, kepercayaan dalam dunia digital juga disebut dengan *e-trust* yaitu kesediaan menerima kerentanan pada suatu aplikasi *online* dengan ekspektasi yang positif (Harish, 2017). *E-service quality* dan *e-trust* ini merupakan salah satu strategi bank dalam menghadapi persaingan pasar yang kompetitif.

Penelitian Sri Nawangasari dan Nadea Dwirahma Putri pada tahun 2020 di kota Depok menunjukkan bahwa *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah melalui citra bank. Citra bank ialah persepsi nasabah meliputi reputasi perusahaan (Nawangasari dan Putri, 2020). Dengan mempertahankan citra bank yang baik, bank dapat mengintruksikan nasabah menggunakan layanan jasa perbankan agar kemudahan dalam pelayanan semakin meningkatkan nilai positif bank. Nilai positif tersebut mampu meningkatkan citra bank kedepannya dan menambah tingkat kepuasan nasabah.

Hal tersebut tergantung dari segi pelayanan pihak bank terhadap nasabah. Salah satu model pelayanan tersebut adalah penggunaan transformasi digital. meskipun transformasi digital sudah banyak dilakukan oleh bank-bank syariah namun tidak semua bank syariah menggunakannya. Penggunaan sistem digital perbankan banyak dilakukan oleh bank-bank umum syariah seperti halnya bank BNI Syariah, Bank BRI Syariah, Mandiri Syariah dan lain sebagainya. Sedangkan bank syariah setingkat BPRS masih sangat minim dengan transformasi digital.

BPRS Lantabur Tebuireng memulai pelayanan digital berbasis online dengan aplikasi yang disebut Lantabur *mobile*. Lantabur *mobile banking* hadir sebagai proses pengembangan kualitas pelayanan dan kepercayaan untuk memperoleh kepuasan nasabah. Lantabur *mobile banking* ini baru diluncurkan pada bulan desember tahun 2020. Meskipun tergolong baru, nasabah pengguna layanan aplikasi tersebut terus mengalami peningkatan terutama di wilayah Mojokerto. Pada awal peluncuran Lantabur *mobile banking*, BPRS mendapatkan 104 nasabah pengguna. Pada bulan Januari tahun 2021 pengguna Lantabur *mobile banking* meningkat menjadi 178 pengguna dan pada bulan berikutnya menjadi 213 pengguna.

Nasabah dapat merasakan layanan perbankan melalui Lantabur mobile banking terutama masyarakat menengah kebawah, dengan fitur layanan yang ada di Lantabur mobile banking meliputi informasi saldo, E- Santri dan transfer antar rekening. Lantabur *Mobile Banking* dapat diunduh melauai *google playstore*. Ditinjau dari google playstore rating dan ulasan Lantabur *Mobile Banking* sebesar 4,7 dengan lebih dari seribu pengguna. Nasabah yang memberikan bintang 5 menunjukkan kepuasan akan kinerja aplikasi Lantabur *Mobile Banking* (Play Google, <https://play.google.com>, akses 31 maret 2021).

Dalam penelitian Andika Febrianta pada tahun 2016 menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan *mobile banking* terhadap kepuasan. Pada penelitian Irfan Nurrahmadi Harish tahun 2017 juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan *mobile banking*. Berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial dan simultan.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Nina Febriana pada tahun 2016 menunjukkan bahwa analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tidak seluruh indikator kualitas pelayanan berpengaruh positif sehingga masih ada kesenjangan pada hasil penelitian tersebut dan penelitian yang dilakukan oleh Thalia Claudia Mawey, dkk tahun 2018 menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan bahwa hasil dari beberapa penelitian masih belum konsisten, sehingga peneliti tertarik menggunakan variabel tersebut untuk diteliti dengan menambahkan *variabel intervening* yaitu citra bank untuk melihat seberapa kuat atau lemah variabel tersebut dalam menghubungkan variabel independen dan dependen di penelitian ini. Dalam penelitian ini, variabel kualitas layanan elektronik diukur menggunakan indikator seperti keandalan, responsivitas, dan kemudahan penggunaan. Kepercayaan elektronik diukur berdasarkan keamanan, kepercayaan, dan privasi. Kepuasan nasabah diukur melalui persepsi positif nasabah setelah menggunakan layanan mobile banking. Citra bank diukur melalui reputasi dan persepsi nasabah terhadap bank. Data dianalisis menggunakan SEM untuk menguji hubungan antara variabel-variabel tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan statistik yang ditujukan untuk menjawab permasalahan yang didapatkan melalui kajian empiris dan teoritis. Masalah yang ditemukan dapat dirumuskan secara spesifik dalam bentuk kalimat tanya. Untuk menjawab rumusan masalah yang bersifat sementara (berhipotesis) peneliti mengumpulkan referensi yang bersifat teoritis dan empirik sebagai bahan untuk memberikan jawaban sementara (Hipotesis Penelitian) (Sugiyono, 2017). Dalam pengujian hipotesis peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada para responden sebagai instrumen pengumpulan data yang sebelumnya telah diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Pengumpulan data yang dilakukan pada objek yang berbentuk sampel yang telah ditentukan oleh peneliti dan setelah data terkumpul dilakukan analisis data untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis dengan menggunakan SEM PLS. Berdasarkan hasil analisis data dilakukan penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2017).

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampel* yaitu, teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini peneliti memilih anggota sampel berdasarkan kriteria yang dipilih oleh peneliti dan proses yang diambil melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada nasabah pengguna *Mobile Banking* sesuai dengan perhitungan rumus penentuan sampel.

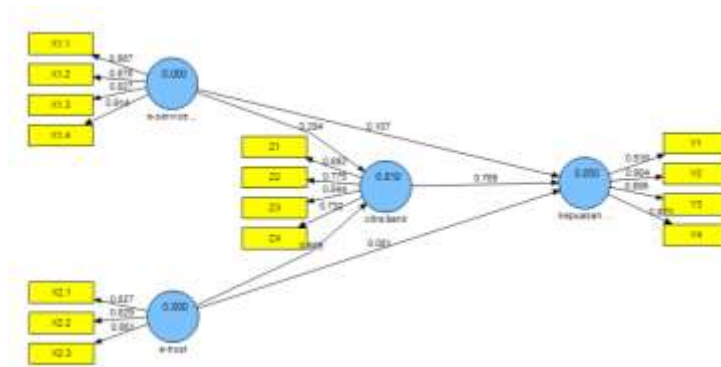
Dalam penelitian ini menggunakan jenis data primer yaitu, data yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber pertama melalui hasil pengisian kuesioner. Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menginterpretasikan data yang telah ditemukan di lapangan dan diolah agar menjadi suatu informasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) yang dijalankan dengan menggunakan analisis statistik *Partial Least Square* (PLS). Peneliti memilih *Structural Equation Model* (SEM) karena penelitian yang akan dilakukan menggunakan permodelan persamaan struktural dengan memasukkan variabel-variabel yang tidak dapat diamati namun hanya diukur secara tidak langsung oleh indikator-indikator variabel pendukung atau variabel laten (Juliandi, 2018).

HASIL PENELITIAN

Analisis Model Pengukuran (*outer model*)

Validitas konvergen dinilai berdasarkan *loading factor* dengan nilai standar diatas 0,5. Dapat dilihat nilai *loading factor* pada indikator setiap variabel yang disajikan sebagai berikut:

Outer Model SEM PLS



Sumber: Data olah SmartPLS

Tabel 1

Outer Loading

	<i>E-service quality</i>	<i>E-trust</i>	Citra Bank	Kepuasan Nasabah
X1.1	0.887010			
X1.2	0.877547			
X1.3	0.827284			
X1.4	0.913960			
X2.1		0.826792		
X2.2		0.828589		
X2.3		0.861457		
Y1				0.916176

Y2				0.903958
Y3				0.886208
Y4				0.822527
Z1			0.881741	
Z2			0.775335	
Z3			0.844128	
Z4			0.731783	

Sumber: Data olah SmartPLS

Berdasarkan hasil pengolahan data pada gambar 5 dan tabel 1 bahwa seluruh indikator dari setiap variabel dalam penelitian ini lebih besar dari 0,5, dapat diartikan bahwasannya keseluruhan indikator memiliki tingkat validitas yang tinggi terhadap variabel latennya sehingga memenuhi validitas konvergen.

Validitas konvergen juga dapat dinilai berdasarkan nilai AVE. Semakin tingginya korelasi antar indikator yang menyusun suatu konstruk dapat menunjukkan nilai validitas konvergen yang baik. Nilai AVE yang disyaratkan dalam penelitian ini adalah lebih dari 0,5. Hasil uji AVE ditampkkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2
Nilai Average Variance Extrances (AVE)

	AVE
<i>E-service quality</i>	0.769149
<i>E-trust</i>	0.704084
Citra bank	0.656668
Kepuasan nasabah	0.779608

Sumber: Data olah SmartPLS

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai AVE pada setiap konstruk berada diatas 0,5 sehingga model sudah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Model pengukuran validitas diskriminan yang baik jika nilai hubungan antara konstruk dengan indikatornya lebih tinggi daripada korelasi dengan indikator dari konstruk lain. Nilai *cross loading* dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Nilai *Cross Loading*

	<i>E-service quality</i>	<i>E-trust</i>	Kepuasan Nasabah	Citra Bank
X1.1	0.887010	0.539999	0.590038	0.624093
X1.2	0.877547	0.631570	0.739088	0.729001
X1.3	0.827284	0.433464	0.445618	0.516231
X1.4	0.913960	0.578048	0.691839	0.655048
X2.1	0.477570	0.826792	0.679986	0.732445
X2.2	0.481185	0.828589	0.682982	0.721671
X2.3	0.630642	0.861457	0.704879	0.748185
Y1	0.649600	0.709271	0.916176	0.814848
Y2	0.705249	0.763167	0.903958	0.879217
Y3	0.627298	0.695255	0.886208	0.790931
Y4	0.550368	0.733437	0.822527	0.749506
Z1	0.654244	0.774221	0.821489	0.881741
Z2	0.519631	0.629342	0.713136	0.775335
Z3	0.599941	0.802391	0.796019	0.844128
Z4	0.590765	0.609284	0.628773	0.731783

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *loading factor* dari indikator masing-masing konstruk lebih tinggi daripada nilai *cross loading* dari konstruk lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator dari masing-masing konstruk dapat dinyatakan valid karena sudah memiliki validitas diskriminan yang baik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalalam menghasilkan data yang reliabel.¹ Uji reliabilitas yang dilakukan dengan cara melihat hasil reliabilitas konstruk dengan menggunakan nilai reliabilitas komposit. Hasil *composite reliability* akan dinyatakan reliabel jika diatas 0,7. Berikut adalah tabel hasil uji reliabilitas konstruk:

Tabel 4
 Nilai *Composite Reliability*

	<i>Composite Reliability</i>
<i>E-service quality</i>	0.930120
<i>E-trust</i>	0.877081
Citra bank	0.883867
Kepuasan nasabah	0.933888

Sumber: Data olah SmartPLS

Berdasarkan hasil output diatas, nilai reliabilitas komposit setiap konstruk menunjukkan angka diatas 0,7. Dengan nilai yang dihasilkan dari pengolahan data dapat diartikan bahwa variabel laten dalam penelitian ini dapat dinyatakan reliabel karena telah memenuhi batas syarat minimum.

Uji reliabilitas dapat diperkuat dengan *cronbach's alpha*. Nilai yang disarankan adalah diatas 0,6 untuk semua konstruk. Berikut adalah hasil output *cronbach's alpha*:

Tabel 5
 Nilai *Cronbach's Alpha*

	<i>Cronbach's Alpha</i>
<i>E-service quality</i>	0.900757
<i>E-trust</i>	0.789631
Citra bank	0.824017
Kepuasan nasabah	0.905203

Sumber: Data olah SmartPLS

Dari hasil output diatas, nilai *cronbach's alpha* dari setiap variabel menunjukkan nilai diatas 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang sesuai dengan batas minimum yang disyaratkan.

Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

Nilai R^2 digunakan untuk mengukur kriteria kualitas model sekaligus juga sebagai koefisien determinasi sehingga akan diketahui besar pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat diketahui dengan melihat nilai *r-square*, kriteria nilai *r-square* dapat diindikasikan bahwa model kuat (0,67), moderat (0,33), lemah (0,19). Berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan diperoleh nilai *r-square* berikut:

Tabel 6
 Nilai *r-square* (R^2)

	R Square
<i>E-service quality</i>	
<i>E-trust</i>	
Citra bank	0.817594
Kepuasan nasabah	0.849549

Sumber: Data olah SmartPLS

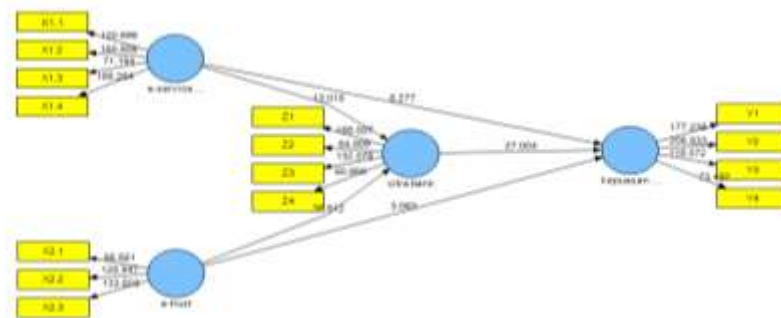
Berdasarkan nilai *r-square* yang tertera pada tabel diatas, diketahui bahwa nilai R^2 citra bank sebesar 0,817 dan nilai R^2 kepuasan nasabah sebesar 0,849, maka nilai *r-square* citra bank dan kepuasan nasabah dapat diindikasikan bahwa *r-square* termasuk kuat.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk melihat suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak. Pengujian ini dapat dilihat melalui hasil output *original sampel* dan t-statistik melalui bootstrapping sedangkan untuk mengetahui *p-value* penelitian ini menggunakan sobel test.

Setiap hubungan dilakukan pengujian dengan metode *bootstrapping*. Hasil pengujian *bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis yang telah disusun. Berikut hasil pengujian dengan metode *bootstrapping* dapat dilihat pada gambar dan tabel berikut:

Gambar 2
Hasil Model *Bootstrapping*



Sumber: Data olah SmartPLS

Tabel 7
Hasil *Path Coefficient*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	Standard Error	T Statistics
<i>e-service quality</i> -> kepuasan nasabah	0.107388	0.106123	0.017107	0.017107	6.277.494
<i>e-service quality</i> -> citra bank	0.294484	0.293401	0.022622	0.022622	13.017.642
<i>e-trust</i> -> kepuasan nasabah	0.081105	0.081275	0.026565	0.026565	3.053.047
<i>e-trust</i> -> citra bank	0.688688	0.690044	0.019393	0.019393	35.512.223
citra bank -> kepuasan nasabah	0.768632	0.769691	0.028464	0.028464	27.003.673

Sumber: Data olah SmartPLS

Hasil Uji Hipotesis

***E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.**

Dari hasil pengujian pada tabel diatas *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.107 yang menunjukkan arah pengaruh positif dan nilai t-statistik lebih dari 1,96 yaitu sebesar 6.277. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan *e-service quality* (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) positif signifikan, sehingga hipotesis pertama diterima.

***E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap citra bank**

Dari hasil pengujian pada tabel diatas *e-service quality* terhadap citra bank memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.294 yang menunjukkan arah pengaruh positif dan nilai t-statistik lebih dari 1,96 yaitu sebesar 13.017. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan *e-service quality* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) positif signifikan, sehingga hipotesis pertama diterima.

***E-trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah**

Dari hasil pengujian pada tabel diatas *e-trust* terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.081 yang menunjukkan arah pengaruh positif dan nilai t-statistik lebih dari 1,96 yaitu sebesar 3.053. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan *e-service quality* (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) positif signifikan, sehingga hipotesis pertama diterima.

***E-trust* berpengaruh signifikan terhadap citra bank**

Dari hasil pengujian pada tabel diatas *e-trust* terhadap citra bank memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.688 yang menunjukkan arah pengaruh positif dan nilai t-statistik lebih dari 1,96 yaitu sebesar 35.512. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan *e-service quality* (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) positif signifikan, sehingga hipotesis pertama diterima.

Citra bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Dari hasil pengujian pada tabel diatas citra bank terhadap kepuasan nasabah memiliki nilai *original sampel* sebesar 0.768 yang menunjukkan arah pengaruh positif dan nilai t-statistik lebih dari 1,96 yaitu sebesar 27.003. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa hubungan *e-service quality* (X₂) terhadap kepuasan nasabah (Y) positif signifikan, sehingga hipotesis pertama diterima.

Tabel 8
Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis		Hasil		Keterangan
H1	<i>E-service quality</i> berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	O. Sampel	0.107	Diterima
		t-statistik	6.277	
H2	<i>E-service quality</i> berpengaruh signifikan terhadap Citra Bank	O. Sampel	0.294	Diterima
		t-statistik	13.017	
H3	<i>E-trust</i> berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	O. Sampel	0.081	Diterima
		t-statistik	30.530	
H4	<i>E-trust</i> berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	O. Sampel	0.688	Diterima
		t-statistik	35.512	
H5	Citra Bank berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah	O. Sampel	0.768	Diterima
		t-statistik	27.003	

Sumber: Data Olah Peneliti

Hipotesis analisis jalur *E-Service Quality* (X₁) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) melalui Citra Bank (Z)

Hipotesis penelitian yang menyatakan citra bank sebagai variabel intervening dari *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah diuji melalui analisis jalur. Ada tidaknya pengaruh tidak langsung dari citra bank sebagai variabel yang

memediasi antara variabel *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah diuji menggunakan uji sobel melalui kalkulator uji sobel yang tersedia di www.quantpsy.org. perhitungan uji sobel disajikan pada tabel berikut:

Tabel 9
Hasil *Sobel Test* Variabel X_1

Input		Test statistic	Std. Error	<i>P-value</i>
a	0.294484	11.72618455	0.01930294	0.000000
b	0.768632			
S_a	0.022622			
S_b	0.028464			

Sumber: Data olah <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>, 2021

Berdasarkan tabel diatas, tabel distribusi T dicari pada $\alpha = 5\%$ (untuk uji dua arah) dengan derajat keabsahan (df) $n-2$ ($98-2 = 96$). Dengan pengujian dua sisi hasil yang diperoleh untuk t-tabel sebesar 1.985 dan nilai t-hitung sebesar 11.726 maka nilai t-hitung $>$ t-tabel dan p-value sebesar $0.000000 < 0,05$ (Sig. 5%) Sehingga secara positif dan signifikan terdapat pengaruh tidak langsung *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah melalui citra bank sebagai variabel intervening.

Hipotesis analisis jalur *E-trust* (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) melalui Citra Bank (Z)

Hipotesis penelitian yang menyatakan citra bank sebagai variabel intervening dari *e-trust* terhadap kepuasan nasabah diuji melalui analisis jalur. Ada tidaknya pengaruh tidak langsung dari citra bank sebagai variabel yang memediasi antara variabel *e-trust* terhadap kepuasan nasabah diuji menggunakan uji sobel melalui kalkulator uji sobel yang tersedia di www.quantpsy.org. perhitungan uji sobel disajikan pada tabel berikut:

Tabel 10
Hasil *Sobel Test* Variabel X_2

Input		Test statistic	Std. Error	<i>P-value</i>
A	0.688688	21.49509279	0.02462644	0.000000
B	0.768632			
S _a	0.019393			
S _b	0.028464			

Sumber: Data olah <http://quantpsy.org/sobel/sobel.htm>, 2021

Berdasarkan tabel diatas, tabel distribusi T dicari pada $\alpha = 5\%$ (untuk uji dua arah) dengan derajat keabsahan (df) $n-2$ ($98-2 = 96$). Dengan pengujian dua sisi hasil yang diperoleh untuk t-tabel sebesar 1.985 dan nilai t-hitung sebesar 21.495 maka nilai t-hitung $>$ t-tabel dan *p-value* sebesar $0.000000 < 0,05$ (Sig. 5%) Sehingga secara positif dan signifikan terdapat pengaruh tidak langsung *e-trust* terhadap kepuasan nasabah melalui citra bank sebagai variabel intervening.

PEMBAHASAN

***E- Service Quality* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* nilai *original sampel* sebesar 0.107 dan T-statistik menunjukkan nilai $>$ 1,96 sebesar 6.277 maka dapat dinyatakan bahwa *e-service quality* secara langsung berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa Lantabur *mobile banking* mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah meliputi *efficiency, fullfillment, system avilability* dan *privacy* untuk meningkatkan kepuasan nasabah.

Indikator *e-service quality* yang paling menonjol adalah terkait *privacy* karena bank BPRS Lantabur mampu memberikan jaminan keamanan data nasabah pada penggunaan *mobile banking* sehingga dapat meminimalisir risiko *cyber crimer* dan kejahatan lainnya yang akan berakibat buruk kedepannya bagi perusahaan.

Melalui pengujian sobel test hasil yang diperoleh untuk t-tabel sebesar 1.985 dan nilai t-hitung sebesar 11.726 maka nilai t-hitung > t-tabel dan p-value sebesar 0.000000 < 0,05 (Sig. 5%) Sehingga secara positif dan signifikan terdapat pengaruh tidak langsung *e-service quality* terhadap kepuasan nasabah melalui citra bank sebagai *variabel intervening*.

Hasil yang diperoleh sesuai dengan hasil penelitian Melfi adela terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel layanan *mobile banking* yang meliputi keamanan sistem, kemudahan penggunaan layanan, kredibilitas dan kecepatan.

***E- Service Quality* Berpengaruh Terhadap Citra Bank**

Pada hasil uji *path coefficient* nilai *original sampel* sebesar 0.294 dan T-statistik menunjukkan nilai > 1.96 sebesar 13.017 maka dapat dinyatakan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap citra bank. Hal ini menunjukkan bahwa BPRS Lantabur Tebuireng mampu memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas melalui fasilitas aplikasi Lantabur *mobile banking* meliputi *efficiency*, *fullfillment*, *system avilability* dan *privacy* sehingga menimbulkan citra baik bagi perusahaan dan BPRS akan semakin dikenal oleh masyarakat.

Hasil yang diperoleh sesuai dengan penelitian Mita Sicila yakni terdapat pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan.

***E- Trust* Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* nilai *original sampel* sebesar 0.081 dan T-statistik menunjukkan nilai > 1.96 sebesar 3.053 maka dapat dinyatakan bahwa *e-trust* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa transaksi bisnis antara BPRS Lantabur Tebuireng dengan nasabah telah terjadi karena masing-masing pihak saling percaya dan semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap aplikasi Lantabur *mobile banking* maka akan semakin tinggi juga kepuasan nasabah.

Dalam membentuk rasa kepercayaan nasabah, BPRS memperhatikan dari berbagai aspek yaitu *ability*, *benevolence* dan *integrity*.

Melalui pengujian sobel test hasil yang diperoleh untuk t-tabel sebesar 1.985 dan nilai t-hitung sebesar 21.495 maka nilai t-hitung > t-tabel dan p-value sebesar 0.000000 < 0,05 (Sig. 5%) Sehingga secara positif dan signifikan terdapat pengaruh tidak langsung *e-trust* terhadap kepuasan nasabah melalui citra bank sebagai variabel intervening.

Hasil yang diperoleh sesuai dengan penelitian Mega Della Pramesti yakni terdapat pengaruh yang signifikan pada *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction*.

***E- Trust* Berpengaruh Terhadap Citra Bank**

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* nilai *original sampel* sebesar 0.688 dan T-statistik menunjukkan nilai > 1.96 sebesar 35.512 maka dapat dinyatakan bahwa *e-trust* berpengaruh positif signifikan terhadap citra bank. Hal ini menunjukkan bahwa BPRS mampu memberikan suatu kepercayaan terhadap nasabahnya meliputi *ability*, *benevolence* dan *integrity* sehingga dengan meningkatnya kepercayaan nasabah dapat memberikan citra baik bagi perusahaan dan BPRS Lantabur Tebuireng akan semakin dikenal oleh masyarakat.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sesuai dengan penelitian Sri Nawangsari dan Nadea Dwirahma Putri yakni terdapat pengaruh yang signifikan pada *e-trust* terhadap *e-customer satisfaction*.

Citra Bank Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji *path coefficient* nilai *original sampel* sebesar 0.768 dan T-statistik menunjukkan nilai > 1.96 sebesar 27.003 maka dapat dinyatakan bahwa citra bank berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa BPRS Lantabur Tebuireng dianggap berhasil dalam membangun citra banknya

dengan memiliki *personality* yang berbeda diantara bank lainnya seperti memelihara hubungan baik dengan nasabah sehingga timbul rasa puas terhadap perusahaan.

Hasil yang diperoleh sesuai dengan penelitian Marreta daniaty yakni terdapat pengaruh yang signifikan pada citra bank terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Lantabur *mobile banking*. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan BPRS Lantabur melalui fasilitas layanan *mobile banking* maka secara langsung dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Paparan hasil penelitian: pertama, berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra bank BPRS Lantabur cabang Mojokerto dengan demikian dapat dikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan BPRS Lantabur melalui fasilitas layanan *mobile banking* akan meningkatkan reputasi perusahaan. Kedua, berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Lantabur *mobile banking*, hal ini menunjukkan bahwa transaksi bisnis antara BPRS dengan nasabah telah terjadi karena masing-masing pihak saling percaya. Ketiga, berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra bank BPRS Lantabur cabang Mojokerto, artinya dengan adanya kepercayaan nasabah terhadap layanan Lantabur *mobile banking* juga dapat membangun citra bank yang baik dan akan lebih dikenal oleh masyarakat. Dan yang terakhir, berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Lantabur *mobile banking*, hal ini menandakan

bahwa BPRS Lantabur mampu membangun citra banknya dengan memiliki reputasi yang baik dan dikenal dengan baik oleh nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Adit Prasetya, Muhammad, 2015. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trustpada Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah”. Skripsi. Fakultas Ekonomi Bisnis Uin Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Amanita Novi Yushita. 2015. Modul Pembelajaran “Bank Syariah”. Universitas Negeri Yogyakarta.

Assuri, Sofyan. 2015. “Manajemen Pemasaran”. Jakarta: Rajawali.

Claudia Mawey, Tahlia, et.al. 2018. “Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Salutgo”. Jurnal Manajemen Vol. 5 No. 1 Universitas Sam Ratulangi. Manado.

Daniaty, Marreta. 2017. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabahserta Dampaknyaterhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BJBS KCP Ciputat”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Fauziyah, Dinah, Nur, et.al. 2019. “Bank dan Lembaga Keuangan Syariah”. Batu: Literasi Nusantara.

<https://play.google.com/store/apps/details?id=id.bprsLantabur.mobile>,di download pada 31 Maret 2021, pukul 11.37.

Juliandi, azuar. 2018. “Modul Pelatihan Structural Equation Model Pasrtial Least Square (SEM PLS) Dengan SMARTPLS”. Universitas Sumatra Utara.

Juliandi, Azuar. 2018. “Modul Pelatihan: Structural Equation Model Partial Least Square (SEM-PLS) dengan SMARTPLS”, Program Studi Administrasi Bisnis: Universitas Sumatera Utara.

Juni Priansa, Donni. 2017. “Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer”. Bandung. Alfabeta.

Kotler, Philip dan Lane Keller, Kevin. 2014. “Manajemen Pemasaran”, Edisi XII, Jakarta: Indeks.

Nurahmadi Harish, Irfan. 2017. “Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Kualitas Layanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah”. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Prasetya, Ramadhana, Dhika. 2019. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening”. Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta.

Rahayu, Evita. 2018. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Dan E-Customer Loyalty Pada Took Online Shopee". Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.

Rianto Al-Arif, M. Nur. 2010. "Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah". Bandung: Alfabeta.

Rivai Zainal, Vithzal. 2017. "Islamic Marketing Manajemen". Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D". Bandung: Alfabeta.

Tahliani, Hani. 2020. "Tantangan Perbankan Syariah Dalam Mneghadapi Pandemi Covid-19". Jurnal Bina Madani Vol.3 No.2 Sekolah Tinggi Agama Islam Tangerang.

Tjiptono, Fandy. 2012.2017. Service Manajemen: Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi.

Ulum, Faruk dan Rinaldi, Muchtar. 2018. "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Satisfaction Website Start-Up Kaosyay". Jurnal Tekno Vo.12 No.2. Universitas Teknorat Indonesia. Bandar Lampung.

Virgian Pramesti, Anggita. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking Tehadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah BRI Syariah KCP Ajibarang". Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. IAIN Purwokerto.