

**PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN  
REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH MOBILE BANKING BRImo  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah  
Semarang)**



**MANUSKRIP**

Diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Studi ( S1 )  
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Semarang

Disusun oleh:

**ALDANI FACHRI FATNUR**

**E2A018094**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SEMARANG  
2022**

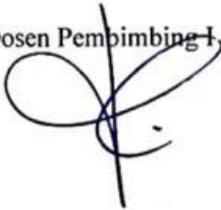
## HALAMAN PENGESAHAN

Nama Mahasiswa : Aldani Fachri Fatnur  
Nomor Induk Mahasiswa : E2A018094  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi / S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi  
Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile  
Banking* BRImo (Studi Pada Mahasiswa  
Universitas Muhammadiyah Semarang)

Telah memenuhi syarat dan dinyatakan lengkap sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang.

Semarang, 8 April 2022

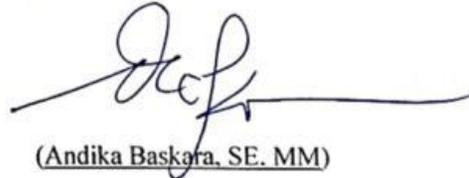
Dosen Pembimbing I,



(Drs. Triyono, MM)

NIDN: 0006025901

Dosen Pembimbing II



(Andika Baskara, SE. MM)

NIDN: 8937800020

Mengetahui

Ketua Program Studi



Dr. Swardi, MM  
NIDN: 195905191987031001

## SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Nama Mahasiswa : Aldani Fachri Fatnur  
Nomor Induk Mahasiswa : E2A018094  
Jenis Penelitian : Skripsi  
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi / S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi  
Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking*  
BRImo (Studi Pada Mahasiswa Universitas  
Muhammadiyah Semarang)  
E-mail : [aldanifachri26@gmail.com](mailto:aldanifachri26@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyetujui untuk :

1. Memberikan hak bebas *royalty* kepada Perpustakaan Unimus atas penulisan karya ilmiah saya, demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan / mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkaln data (database), mendistribusikn serta menampilkannya dalam bentuk *softcopy* untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan Unimus, tanpa meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan Unimus, dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 8 April 2022



Aldani Fachri Fatnur



**PENGARUH KEAMANAN, KEPERCAYAAN DAN  
REPUTASI PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS  
NASABAH MOBILE BANKING BRImo  
(Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah  
Semarang)**

Aldani Fachri Fatnur

(E2A018094)

Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Semarang

[aldanifachri26@gmail.com](mailto:aldanifachri26@gmail.com)

**ABSTRAK**

Dalam persaingan dunia perbankan perlu menyusun dan menerapkan strategi agar nasabah tetap loyal terhadap produk bank yang dimiliki bank tersebut. Salah satu strategi untuk membuat nasabah menjadi loyal pada layanan ini adalah meningkatkan keamanan, kepercayaan dan selalu menjaga reputasi perusahaan merupakan solusi yang terbaik agar nasabah tetap loyal.

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 200 mahasiswa sedangkan untuk sampelnya dihitung menggunakan rumus Slovin sebanyak 100 responden yang diambil secara proporsional sebagai representasi dari setiap fakultas.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil persamaan regresi linier berganda yaitu  $Y = 1.777,9 X_1 + -0,345 X_2 + 0,417 X_3 + e$ . Hasil uji t dari Keamanan (X1) yaitu  $-0,516 < 1,660$  sig  $0,607 > 0,05$ , Kepercayaan (X2) yaitu  $3,445 > 1,660$  sig  $0,01 < 0,05$ , Reputasi Perusahaan (X3) yaitu  $6,491 > 1,660$  sig  $0,01 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keamanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan, namun variabel kepercayaan dan reputasi perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Fhitung  $>$  Ftabel ( $57,810 > 2,11$ ) dan nilai probabilitas  $<$  nilai signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nilai R Square pada table dapat diketahui sebesar 0,644 yang berarti bahwa 64,4% variable dependen dapat dijelaskan melalui variable independent. Sedangkan sisanya sebanyak 35,6% dapat dijelaskan diluar model penelitian.

**Kata kunci : Pemasaran, Keamanan, Kepercayaan, Reputasi Perusahaan, Loyalitas Nasabah**

**THE EFFECT OF SECURITY, TRUST AND COMPANY  
REPUTATION ON BRImo MOBILE BANKING  
CUSTOMER LOYALTY  
(Study on University of Muhammadiyah Semarang Students)**

Aldani Fachri Fatnur

(E2A018094)

Student of the Faculty of Economics, University of Muhammadiyah Semarang

[aldanifachri26@gmail.com](mailto:aldanifachri26@gmail.com)

**ABSTRACT**

*In the competitive world of banking, it is necessary to develop and implement strategies so that customers remain loyal to the bank's products. One strategy to make customers loyal to this service is to increase security, trust and always maintain the company's reputation, which is the best solution to keep customers loyal.*

*This type of research uses quantitative research. The population in this study was 200 students for the sample calculated using the Slovin formula as many as 100 respondents who were taken proportionally as a representation of each faculty*

*This study uses multiple linear regression analysis. The results of the multiple linear regression equation are  $Y = 1.7779 X1 + -0.345 X2 + 0.417 X3 + e$ . The results of the t-test of Security (X1) are  $-0.516 < 1.660 \text{ sig } 0.607 > 0.05$ , Trust (X2) is  $3.445 > 1.660 \text{ sig } 0.01 < 0.05$ , Company Reputation (X3) is  $6.491 > 1.660 \text{ sig } 0.01 < 0.05$ . So it can be said that the security variable partially has no positive and significant effect, but the trust and company reputation variables have a positive and significant effect on customer loyalty.  $F_{count} > F_{table}$  ( $57.810 > 2.11$ ) and probability value  $<$  significant value ( $0.000 < 0.05$ ). Then the independent variables together have a positive and significant effect on customer loyalty. The value of R Square in the table can be seen at 0.644, which means that 64.4% of the dependent variable can be explained through the independent variable. While the remaining 35.6% can be explained outside the research model.*

**Keywords: Marketing, Security, Trust, Company Reputation, Customer Loyalty**

## PENDAHULUAN

### 1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah membawa dampak disemua bidang salah satunya adalah industri perbankan. Perbankan adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank, kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.

Perkembangan industri perbankan tidak hanya ditandai dengan banyaknya kantor cabang saja, tetapi dilihat dari segi-segi produk yang ditawarkan serta perubahan teknologi dan perilaku nasabah yang memaksa industri perbankan harus menyesuaikan diri dengan perubahan.

Penggunaan *mobile banking* yang dirasa sulit dan rawan akan pencurian data serta penipuan membuat nasabah merasa bahwa pelayanan di *counter teller* merupakan pilihan yang tepat. Maka untuk membuat nasabah menjadi loyal pada layanan ini, peningkatan kualitas layanan seperti pada peningkatan keamanan, kepercayaan dan selalu menjaga reputasi perusahaan merupakan solusi yang terbaik agar nasabah tetap loyal.

Berdasarkan uraian latar belakang dan wacana tersebut peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi

Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang).

### 2. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana pengaruh Keamanan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?
- b. Bagaimana pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?
- c. Bagaimana pengaruh Reputasi Perusahaan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?
- d. Bagaimana pengaruh Keamanan, Kepercayaan, dan Reputasi Perusahaan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo?

### 3. Tujuan Penelitian

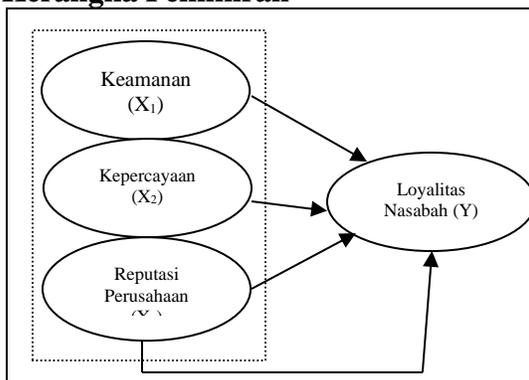
- a. Tujuan umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilakukan adalah untuk mengidentifikasi Pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah *Mobile Banking* BRImo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.

b. Tujuan khusus

- 1) Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Keamanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah mobile banking BRImo
- 2) Untuk menganalisis bagaimana pengaruh Kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah mobile banking BRImo
- 3) Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Reputasi Perusahaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah mobile banking BRImo
- 4) Untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengaruh Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah mobile banking BRImo

4. Kerangka Pemikiran



Sumber : Dikembangkan dari penelitian Selvy Damayanti dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah” (2018)

5. Hipotesis

- H1: Variabel Keamanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y)
- H2: Variabel Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y)
- H3: Variabel Reputasi Perusahaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y)
- H4: Variabel Keamanan, Kepercayaan, dan Reputasi Perusahaan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yang menekankan pada keluasan informasi (bukan kedalaman). Metode ini cocok untuk populasi yang luas dengan variabel yang terbatas, sehingga hasil riset dianggap representasi dari seluruh populasi (Sugiyono, 2005).

2. Sumber data

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung penyebaran kuesioner kepada responden sebagai sumber informasi.

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari *literature*, studi pustaka dan media *online* sebagai informasi pendukung.

3. Variabel Penelitian

a. Variabel Terikat

Variabel ini sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut dengan variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015:39).

Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Y).

b. Variabel Bebas

Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas.

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) Variabel bebas dalam penelitian ini adalah: Keamanan (X1), Kepercayaan (X2) dan Reputasi Perusahaan (X3).

4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas

Muhammadiyah Semarang pengguna *mobile banking* BRImo. Berdasarkan *mini research* yang telah dilakukan sebelumnya, adapun jumlah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang mulai dari angkatan tahun 2018-2021 adalah sebanyak 200 mahasiswa.

Besar sampel ditentukan dengan rumus Slovin dengan pertimbangan populasi relatif homogen sehingga tidak diperlukan distratifikasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang pengguna *mobile banking* BRImo, rumus selengkapnya sebagai berikut:

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

$$n = \frac{200}{1+(200 \times 10\%^2)}$$

$$n = \frac{200}{1+(200 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{200}{2.01}$$

n = 99,5 atau dibulatkan menjadi 100

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini,

maka metode yang digunakan dalam pengumpulan data yaitu :

a. Kuesioner

Kuesioner disusun dalam bentuk *google form* yang disebarkan ke responden, dalam hal ini sasaran sampelnya adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang yang menggunakan *mobile banking* BRImo. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur jawaban dari responden adalah skala *likert*.

Berikut ini keterangan skala likert 1-5:

- 1) Skor 5 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- 2) Skor 4 untuk jawaban Setuju (S)
- 3) Skor 3 untuk jawaban Netral (N)
- 4) Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- 5) Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

b. Studi Literatur

Studi literatur merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang teori dan konsep yang erat hubungannya dengan permasalahan yang diteliti. Teori dan konsep dalam penelitian ini berkaitan dengan *mobile banking* dan variabel penelitian ini.

## 6. Metode Analisis

a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2009), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya penelitian. Uji validitas menggunakan analisis *korelasi pearson*, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai  $r$  hitung  $> r$  variabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk mengetahui apakah instrumen memiliki indeks kepercayaan yang baik jika diujikan berulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *alpha cronbach*, untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari keempat variabel penelitian jika dari hasil uji reliabilitas instrumen dari keempat variabel penelitian jika dari hasil uji reliabilitas memberikan nilai  $\alpha > 0,6$  (Ghozali, 2001)

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak.

Uji normalitas menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, dengan uji ini dapat diketahui data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Apabila Sign t hitung > 0.05, maka data tersebut berdistribusi normal dan begitu juga sebaliknya (Santoso, 2001).

## 2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terjadi multikolinieritas atau tidak. Uji yang digunakan dengan teknik korelasi product moment. Interpretasinya adalah jika interkorelasi antar variabel bebas lebih dari atau sama dengan 0,800 berarti antar variabel tersebut terjadi multikolinieritas, demikian juga sebaliknya.

Ada beberapa metode lain, yaitu dengan melihat nilai VIF (*Varian Inflation Factor*) dan *tolerance* pada proses regresi biasa, jika keduanya mendekati 1 atau besaran VIF kurang dari 10 maka model tidak terkena multikolinieritas.

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian atau residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. (Santoso, 2001)

## d. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh keamanan, kepercayaan, dan reputasi perusahaan terhadap loyalitas nasabah *mobile banking* BRImo. Persamaan regresi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan: Y = Loyalitas nasabah

X1 = Keamanan

X2 = Kepercayaan

X3 = Reputasi Perusahaan

$\alpha$  = Konstanta

$\beta_1$  = Koefisien regresi keamanan

$\beta_2$  = Koefisien regresi kepercayaan

$\beta_3$  = Koefisien regresi variabel reputasi perusahaan

e = Pengganggu (error)

e. Uji Hipotesis

1) Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi variasi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3 benar-benar berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Menurut (Ghozali, 2005) dalam (Anifah, 2020) Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, berarti secara parsial variabel independen tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, berarti secara parsial variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji F (Simultan)

Uji F test digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel- variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. (Ghozali, 2006 dalam Anifah, 2020).

Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel pada taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Dasar penarikan kesimpulan pengujian ini adalah sebagai berikut:

- Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansi  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama atau simultan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

f. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam penelitian ini perhitungan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat (Ghozali, 2011 dalam Ragil, 2019).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**1. Karakteristik Responden responden**

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1  
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent
Laki-laki	22	22,0
Perempuan	78	78,0
Total	100	100,0

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Tabel 4.1 menunjukkan dari jumlah responden sebanyak 100 responden yang menggunakan *mobile banking* BRImo yang terbanyak adalah mahasiswa berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 78 mahasiswa.

b. Berdasarkan Fakultas

Tabel 4.2  
Identitas Responden Berdasarkan Fakultas

	Frequency	Percent
FBBA	5	5,0
FE	51	51,0
FIKKES	11	11,0
FK	11	11,0
FKG	7	7,0
FKM	5	5,0
FMIPA	6	6,0
FT	4	4,0
Total	100	100,0

Tabel 4.2 menunjukkan dari 100 responden yang menggunakan *mobile banking* BRImo yang terbanyak adalah Fakultas Ekonomi dengan jumlah 51 mahasiswa.

c. Berdasarkan Angkatan

Tabel 4. 3

Identitas Responden Berdasarkan Angkatan

	Frequency	Percent
2018	32	32,0
2019	21	21,0
2020	35	35,0
2021	12	12,0
Total	100	100,0

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Tabel 4.3 menunjukkan dari responden sebanyak 100 responden yang menggunakan Mobile banking BRImo yang terbanyak adalah angkatan tahun 2020 dengan jumlah 35 mahasiswa.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Jumlah data yang digunakan sebanyak 100 kuesioner dengan tingkat kepercayaan 100% ( $\alpha=5\%$ ). Maka nilai r tabel dari 100 adalah 0,197. Berikut adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas

Variabel	Q	R h	R t	Ket
Keamanan (X1)	X1.1	0,687	0,197	Valid
	X1.2	0,688	0,197	Valid
	X1.3	0,657	0,197	Valid
	X1.4	0,726	0,197	Valid
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,750	0,197	Valid
	X2.2	0,756	0,197	Valid
	X2.3	0,702	0,197	Valid
Reputasi Perusahaan (X3)	X3.1	0,666	0,197	Valid
	X3.2	0,728	0,197	Valid
	X3.3	0,591	0,197	Valid
	X3.4	0,722	0,197	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	X2.1	0,666	0,197	Valid
	X2.2	0,591	0,197	Valid
	X2.3	0,722	0,197	Valid

Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa instrumen semua variabel dinyatakan valid. karena r hitung > dibandingkan r tabel = 0,197 sehingga semua pertanyaan dapat digunakan sebagai data penelitian.

### b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.1

Reliability Statistics

Variabel	C A	Ket
Keamanan	,838	Reliabel
Kepercayaan	,760	Reliabel
Reputasi Perusahaan	,780	Reliabel
Loyalitas Nasabah	,671	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa variabel Keamanan (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,838 dari 4 item pertanyaan. Kepercayaan (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0.760 dari 3 item pertanyaan. Reputasi Perusahaan (X3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,780 dari 4 item pertanyaan. Dan Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,671 dari 3 item pertanyaan. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel bersifat *reliabel*.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Tabel 4.6

Hasil Uji Normalitas

#### *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

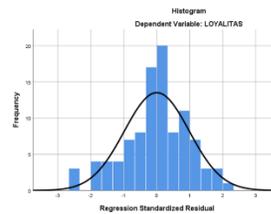
		Unstandardized Residual
N		100
NP <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05053333
MED	Absolute	.087
	Positive	.051
	Negative	-.087
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.058 <sup>c</sup>

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0.058 > dari level of significant 0.05. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan pada penelitian ini berdistribusi normal.

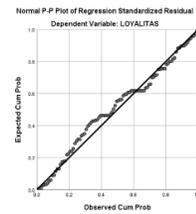
Gambar 4.1

*Histogram*



Gambar 4.2

*Probability Plot*



#### b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 7

Hasil Uji Multikoleniaritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Keamanan (X1)	.478	2.092
Kepercayaan (X2)	.356	2.810
Reputasi Perusahaan (X3)	.519	1.927

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Tabel 4.7 menunjukkan variabel Keamanan (X1) memiliki nilai *tolerance* 0.478 dan VIF 2,092, variabel Kepercayaan (X2) memiliki nilai *tolerance* 0.356 dan VIF 2.810. Sedangkan variabel Reputasi Perusahaan (X3) memiliki nilai *tolerance* 0.519 dan VIF 1.927. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi antara variabel independen atau tidak terjadi multikoleniaritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Sig.
(Constant)	1.460	.148
Keamanan	.570	.570
Kepercayaan	-.794	.429
Reputasi Perusahaan	.391	.697

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa, Nilai Signifikansi Keamanan (X1) sebesar 0,570 atau lebih besar dari 0,05. Nilai Signifikansi Kepercayaan (X2) sebesar 0,429 atau lebih besar dari 0,05. Nilai Signifikansi Reputasi Perusahaan (X3) sebesar 0,697 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.9

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1.778	.856
Keamanan	-.031	.060
Kepercayaan	.345	.100
Reputasi Perusahaan	.417	.064

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

$$Y = 1.777,9 X_1 + 0.345 X_2 + 0.417 X_3 + e$$

a. Nilai Konstanta memiliki nilai positif 1.777,9 pada signifikansi 0,000 artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel keamanan, kepercayaan dan reputasi perusahaan bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan.

b. Nilai koefisien regresi  $\beta_1$  pada variabel  $X_1 = -0,031$  pada signifikansi 0,000 menunjukkan hasil negatif, yang artinya jika variabel keamanan menurun maka loyalitas nasabah juga akan menurun dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

c. Nilai koefisien regresi  $\beta_2$  pada variabel  $X_2 = 0,345$  pada signifikansi 0,000 menunjukkan hasil positif dan signifikan, yang artinya jika variabel kepercayaan meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

d. Nilai koefisien regresi  $\beta_3$  pada variabel  $X_3 = 0.417$  pada signifikansi 0,000, menunjukkan hasil positif dan signifikan, yang artinya jika variabel reputasi nasabah meningkat maka loyalitas nasabah juga akan meningkat dengan anggapan variabel bebas lain tetap.

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Tabel 4.10

Hasil Uji t (Parsial)

Model	T	Sig.
(Constant)	2.076	.041
Keamanan (Kepercayaan)	-.516	.607
Reputasi Perusahaan	6.491	.000

1) Nilai t hitung Keamanan sebesar -0,516 < dari t tabel sebesar 1,660. Angka signifikan (P value) sebesar 0,607 dimana > 0,05 artinya H1 ditolak.

2) Nilai t hitung Kepercayaan sebesar 3,445 > dari t tabel sebesar 1,660. Angka signifikan (P value) sebesar 0,001 dimana < 0,05 artinya H2 diterima.

3) Nilai t hitung Reputasi Perusahaan sebesar 6,491 > dari t tabel sebesar 1,660. Angka signifikan (P value) sebesar 0,000 dimana < 0,05 artinya H3 diterima.

## 6. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Tabel 4.11

Hasil Uji F (Simultan)

Model	F	Sig.
Regression	57.810	.000
Residual		

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan F hitung sebesar 57.810 dan Ftabel sebesar 2,11 dengan nilai signifikannya 0.000. Dimana nilai signifikansi ini kurang dari nilai alpha sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga memberikan keputusan bahwa H4 diterima, artinya Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Loyalitas Nasabah).

## 7. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.3

Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
.802 <sup>a</sup>	.644	.633	2.069

Sumber: Data primer yang diolah SPSS 25

Hasil pada tabel 4.12 besarnya R Square sebesar 0.644. Hal ini berarti H4 diterima, artinya semua variabel independen mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 64,4% selebihnya sebesar 35.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

- a. Hipotesis satu (H1) ditolak, artinya Keamanan (X1) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah mobile banking BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang
- b. Hipotesis dua (H2) diterima, artinya kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah mobile banking BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang.
- c. Hipotesis tiga (H3) diterima, artinya reputasi perusahaan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah mobile banking BRImo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang
- d. Hipotesis empat (H4) diterima, artinya Keamanan Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
- e. Hasil analisis regresi berganda antara Keamanan, Kepercayaan dan Reputasi Perusahaan dalam proses perhitungannya dapat diperoleh yaitu  $Y = 1.777,9 X1 + 0,345 X2 + 0.417 X3 +$
- e. Nilai koefisien regresi  $X1 = -0,031$

menunjukkan hasil negatif, nilai koefisien regresi  $X2 = 0,345$  menunjukkan hasil positif dan signifikan, dan nilai koefisien regresi  $X3 = 0.417$  menunjukkan hasil positif dan signifikan.

- f. Hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) yaitu sebesar 0.644 atau sebesar 64.4% selebihnya 35.6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di analisis dalam penelitian ini.

### 2. Saran

- a. Keamanan data nasabah harus terus dijaga dan diperhatikan, begitu juga resiko yang akan dihadapi oleh para nasabah sehingga kedepannya nasabah mengetahui fitur layanan dan rintangan yang akan terjadi
- b. Nasabah yang menggunakan mobile banking selalu diberikan informasi upgrade supaya mengurangi terjadi resiko kehilangan data maupun data-data penting lainnya.
- c. Selalu menjaga kepercayaan yang telah diberikan nasabah dengan meningkatkan kualitas jasa yang ditawarkan, seperti memberikan informasi yang benar dan mudah dimengerti oleh nasabah yang berkaitan dengan dana nasabah agar nasabah tidak ragu dalam menyimpan serta melakukan transaksi melalui mobile banking BRImo.

- d. Untuk meningkatkan kepercayaan nasabah pada layanan mobile banking BRImo, pihak BRI memberikan jaminan hukum tentang kerahasiaan informasi data pribadi dan selalu berkomitmen untuk menjaga privasi nasabah sesuai dengan prosedur yang berlaku.
- e. Untuk meningkatkan reputasi perusahaan perbankan, sebaiknya pihak BRI dapat melakukan tindakan, seperti lebih cepat dan tanggap terhadap keluhan, kritik maupun saran dari nasabah, maupun memberikan solusi terbaik atas segala permasalahan yang dialami nasabah ketika menggunakan layanan internet banking
- f. Reputasi perusahaan harus ditingkatkan kembali, dengan *membranding* logo perusahaan agar lebih dikenal oleh kalangan masyarakat awam. Sehingga dapat meningkatkan dan memperkenalkan reputasi perusahaan.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro.

Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.



## DAFTAR PUSTAKA

Damayanti, S., & Djawoto, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 7 No.11

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.

