

ABSTRAK

Elsa Nurpalah. 2024. Pengaruh Kepuasan dan *Cyber Security* Terhadap Loyalitas Pengguna *M-banking* Bank Syariah Indonesia dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Siliwangi): Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Kasus serangan virus berbahaya (*Ransomware*) yang terjadi pada BSI merupakan *Cyber Crime* terparah dalam sejarah perbankan Indonesia. Kasus tersebut menjadi alasan semakin menurunnya loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia. Peneliti melakukan studi pendahuluan dan hampir 53% responden yang merupakan pengguna *M-Banking* sudah tidak menggunakan kembali layanan serta 17% lainnya masih merasa ragu untuk kembali menggunakan layanan. Menurunnya loyalitas karena kepercayaan menjadi alasan peneliti dalam meneliti hal tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan *cyber security* terhadap loyalitas pengguna *M-banking* Bank Syariah Indonesia dengan kepercayaan sebagai variabel intervening, serta studi kasus terhadap mahasiswa Universitas Siliwangi.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan populasi Mahasiswa Universitas Siliwangi yang berjumlah 15.910. pengambilan sampel dilakukan dengan metode *proportionate stratified random sampling* sehingga sampel penelitian berjumlah 150 orang mahasiswa Universitas Siliwangi. Penelitian ini menggunakan data primer dari hasil kuesioner yang disebarakan melalui *google form*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu *Partial Least Square* dengan uji koefisien outer model dan inner model serta model analisis jalur (*Path Analysis*) dengan alat bantu penelitian SmartPLS 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepuasan (X1) dan *cyber security* (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan (Z) maupun loyalitas (Y). Sementara itu, kepercayaan (Z) tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas (Y). Kemudian, kepercayaan (Z) tidak mampu memediasi pengaruh kepuasan (X1) maupun *cyber security* (X2) terhadap loyalitas (Y). Maka dari itu, penulis merekomendasikan bagi peneliti selanjutnya untuk menggunakan variabel intervening lain diluar yang telah diteliti untuk lebih mengetahui variabel yang mampu lebih kuat memediasi pengaruh antara variabel kepuasan atau *cyber security* terhadap loyalitas.

Kata Kunci: Kepuasan, *Cyber Security*, Kepercayaan, Loyalitas, *M-banking*

ABSTRACT

Elsa Nurpalah. 2024. The Influence of Satisfaction and Cyber Security on the Loyalty of M-banking Users at Bank Syariah Indonesia with Trust as an Intervening Variable (Case Study of Siliwangi University Students): Islamic Economic Departement, Islamic Studies, Siliwangi University.

The dangerous virus attack (Ransomware) on BSI represents the worst cyber crime in the history of Indonesian banking. This incident has contributed to the decline in customer loyalty at Bank Syariah Indonesia. A preliminary study conducted by researchers revealed that nearly 53% of respondents, who are M-Banking users, have stopped using the service, while 17% remain hesitant to return to it. The decline in loyalty due to trust issues is the reason behind this research. This study aims to examine the influence of satisfaction and cyber security on the loyalty of M-Banking users at Bank Syariah Indonesia, with trust as an intervening variable, focusing on a case study of Siliwangi University students.

The research method used is a quantitative research method with a population of 15,910 Siliwangi University students. The sample was taken using proportionate stratified random sampling, resulting in a research sample of 150 Siliwangi University students. This study uses primary data from questionnaires distributed via Google Forms. The data analysis technique employed is Partial Least Square (PLS) with tests for outer model and inner model coefficients, as well as path analysis using the research tool SmartPLS 3.

The results of this study show that, partially, the variables of satisfaction (X1) and cyber security (X2) have a significant influence on trust (Z) as well as loyalty (Y). However, trust (Z) does not have an influence on loyalty (Y). Additionally, trust (Z) is unable to mediate the influence of satisfaction (X1) or cyber security (X2) on loyalty (Y). Therefore, the author recommends that future researchers use other intervening variables outside of those that have been studied to find out more about variables that can more strongly mediate the influence of satisfaction or cyber security variables on loyalty.

Keywords: Satisfaction, Cyber Security, Trust, Loyalty, M-banking