

ORIGINAL ARTICLE

OPEN ACCES

## Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Ollin By Nagari Di Kabupaten Tanah Datar

Annisa Arisandi<sup>1\*</sup> 

\*Correspondent:

Email:

[Annisaarisandi93@gmail.com](mailto:Annisaarisandi93@gmail.com)

Afiliasi:

SMAN 1 Lintau Buo, Tanah Datar

### Article History:

Submission: July 10, 2025

Revision: October 5, 2025

Accepted: November 7, 2025

Published: December 30, 2025

### Keywords:

*Service Quality, Security, Trust, Ollin by Nagari*

### Abstrak

Perkembangan teknologi berdampak signifikan pada industri perbankan, mendorong inovasi layanan keuangan. Bank Nagari Syariah meluncurkan aplikasi *Mobile Banking Ollin by Nagari* guna memenuhi kebutuhan nasabah era digital. Meski menawarkan kemudahan, keluhan pelanggan terkait kualitas layanan, keamanan, dan kepercayaan masih muncul. Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah aplikasi *Ollin* oleh Nagari menggunakan metode asosiatif kuantitatif. Populasi 2.612 nasabah diambil sampel 96 responden melalui rumus Slovin. Data primer dari kuesioner dan sekunder diolah dengan regresi linier berganda. Hasil menunjukkan: kualitas layanan berpengaruh positif signifikan parsial ( $\text{sig. } 0,001 < 0,05$ ), keamanan ( $0,014 < 0,05$ ), serta kepercayaan ( $0,009 < 0,05$ ). Uji F secara simultan ketiganya berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah di Kabupaten Tanah Datar. Temuan ini menandakan peningkatan kualitas layanan dan keamanan dapat meningkatkan loyalitas. Penelitian memberi masukan bagi Bank Nagari Syariah untuk memperbaiki layanan, amankan aplikasi, dan membangun kepercayaan nasabah.

### Abstract

*Technological developments have had a significant impact on the banking industry, driving innovation in financial services. Bank Nagari Syariah launched the Ollin by Nagari Mobile Banking application to meet the needs of digital-era customers. Despite offering convenience, customer complaints regarding service quality, security, and trust still arise. This study analyzes the factors influencing customer loyalty to the Ollin by Nagari application using a quantitative associative method. A population of 2,612 customers was sampled with 96 respondents using the Slovin formula. Primary data from questionnaires and secondary data were processed using multiple linear regression. The results show: service quality has a significant positive partial effect (sig.  $0.001 < 0.05$ ), security ( $0.014 < 0.05$ ), and trust ( $0.009 < 0.05$ ). The simultaneous F uji shows that all three have a significant positive effect on customer loyalty in Tanah Datar Regency. This finding indicates that improving service quality and security can increase loyalty. The study provides input for Bank Nagari Syariah to improve services, secure applications, and build customer trust.*

## PENDAHULUAN

Bank Nagari Syariah, sebagai salah satu lembaga keuangan syariah terkemuka di Indonesia, telah menghadirkan layanan *Mobile Banking* terbaru bernama *Ollin by Nagari*. Pada tanggal 18 Juni 2023, Bank Nagari meluncurkan aplikasi *Mobile Banking* versi terbaru ini yang dirancang khusus untuk memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi non-tunai dengan mudah dan nyaman, kapan saja dan di mana saja. *Ollin by Nagari* merupakan solusi perbankan digital yang lengkap, yang memungkinkan nasabah memenuhi semua kebutuhan transaksi keuangan hanya dalam satu aplikasi saja. Berbeda dari versi sebelumnya, *Ollin by Nagari* menawarkan fitur yang jauh lebih lengkap seperti cek saldo, riwayat transaksi, transfer dana, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan paket internet, serta pengisian e-wallet dengan cepat dan aman. Dengan keamanan terjamin dan kemudahan akses selama 24 jam penuh melalui smartphone, *Ollin by Nagari* hadir untuk memberikan pengalaman perbankan digital yang praktis, efisien, dan sesuai dengan gaya hidup modern nasabah saat ini. Bank Nagari Syariah berkomitmen untuk terus menghadirkan inovasi yang mendukung kenyamanan dan kebutuhan nasabah di era digital yang terus berkembang pesat.



Riset terkait kepatuhan pelanggan dilakukan khusus di Bank Nagari Syariah Batusangkar karena lokasi ini mencatat kasus-kasus signifikan terkait kepatuhan, seperti potensi ketidaksesuaian dengan prinsip syariah dalam transaksi. Pemilihan situs ini relevan mengingat peran cabang sebagai pusat layanan syariah di wilayah Tanah Datar, di mana isu kepatuhan pelanggan sering muncul akibat peningkatan penggunaan layanan digital syariah. Studi tersebut menyoroti pentingnya penguatan literasi syariah untuk meminimalisir risiko non-komplain.

Menurut informasi dari pihak Bank, telah berhasil membangun kepercayaan melalui aplikasi Ollin by Nagari, yang mencatat kinerja keuangan yang memuaskan. Aplikasi ini telah menarik minat nasabah dan diterima dengan baik, dengan masa pengguna hampir satu tahun. Ollin by Nagari menawarkan kemudahan transaksi keuangan di era digital, memungkinkan nasabah untuk melakukan berbagai transaksi dengan cepat dan aman.

Sistem antrean counter di bank konvensional semakin dirasa tidak efisien bagi nasabah yang ingin melakukan transfer atau pembayaran secara online. Penulis berpendapat bahwa nasabah yang membutuhkan akses transaksi bank setiap hari akan beralih ke layanan lain jika tidak ada alternatif yang memadai. loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai perilaku konsumen tetap setia pada produk barang atau jasa tanpa beralih ke pesaing (Griffin, 2005). aktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas layanan. Kualitas layanan yang baik diberikan oleh perusahaan, akan meningkatkan keinginan dan kemauan pelanggan untuk setia kepada perusahaan itu akan tumbuh, sementara sebaliknya, layanan yang lebih buruk akan mengakibatkan keinginan pelanggan yang berkurang dan tingkat loyalitas yang rendah. Jika layanan yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan harapannya maka pelanggan akan puas dengan pelayanan tersebut. Dengan kata lain kualitas layanan memiliki peran penting dalam menjaga loyalitas pelanggan. Jadi kualitas layanan dapat dipandang sebagai tingkat keunggulan sebuah layanan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian dari Sitohang & Saragih bahwa kualitas dapat memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan (Sitohang dkk., 2021).

Hal ini didukung juga oleh penelitian Firza, bahwa semakin baik kualitas layanan seperti kinerja karyawan yang handal dan memiliki skill pengetahuan yang baik di bidangnya akan membuat karyawan tersebut cepat tanggap dalam melayani masalah-masalah atau keluhan yang dihadapi oleh nasabahnya, karyawan yang memiliki attitude baik, ramah dan sopan dalam melayani nasabahnya, selalu menyediakan informasi terupdate tentang produk-produk dan kondisi perbankan supaya mempermudah nasabah untuk mendapatkan informasi tersebut, Selain kinerja karyawan yang berkualitas fasilitas teknologi yang modern juga dapat menimbulkan kepuasan pada diri nasabahnya sehingga meningkatkan loyalitas nasabah (Aulia, 2020) Jadi dapat dikatakan bahwa kualitas layanan memiliki peran yang cukup penting terhadap loyalitas nasabah yang didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Inna margiati yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Margiati dkk., 2019).

Selain faktor kualitas layanan yang perlu diperhatikan dalam loyalitas nasabah adalah faktor keamanan bagi nasabahnya. keamanan adalah kondisi bebas dari bahaya. Keamanan bukan hanya soal melindungi informasi pribadi nasabah, tetapi juga merupakan elemen krusial yang berperan dalam membangun kepercayaan. Ketika nasabah merasa bahwa data mereka aman dari ancaman, kepercayaan terhadap Bank Nagari Syariah akan meningkat. Kepercayaan yang terbangun dengan baik ini akan mendorong nasabah untuk lebih loyal, karena mereka merasa nyaman dan yakin untuk terus menggunakan layanan yang disediakan. Dampak hal ini menimbulkan tantangan bagi pemerintah dan lembaga keuangan dalam merespons teknik kejahatan yang semakin canggih, terutama dalam konteks penggunaan jaringan internet. Risiko *cybercrime* yang dapat merugikan nasabah secara finansial. Agar selalu dapat menjaga kepercayaan masyarakat, industri perbankan harus terus meningkatkan keamanan siber.

Baru-baru ini, Bank Nagari menghadapi permasalahan yang muncul dan berkaitan dengan loyalitas nasabah. Belum lama ini, tepatnya pada tahun 2022 Bank Nagari mengalami permasalahan

terkait dugaan pembobolan rekening nasabah serta kejadian skimming kartu ATM oleh pihak yang tidak bertanggung jawab sehingga mengakibatkan Bank Nagari melakukan pemblokiran transfer dan tarik tunai yang dilakukan di bank lain bagi nasabah yang menggunakan kartu Magnetic Stripe. Untuk sementara kartu Magnetic Stripe hanya bisa dilakukan di ATM Nagari saja dan kartu yang ada Chip tetap bisa bertransaksi. Pemblokiran ini dilakukan sehubungan dengan adanya laporan nasabah terkait pembobolan ATM Bank Nagari.

Meskipun demikian, kejadian ini menimbulkan ketidakpuasan dan keraguan nasabah terhadap layanan yang disediakan oleh Bank Nagari Syariah. Bank Nagari Syariah menegaskan komitmennya untuk meningkatkan perlindungan dan keamanan siber demi kepentingan nasabah, dengan fokus utama pada keselamatan dana dan data nasabah. Bank Nagari juga mengajak nasabah untuk lebih waspada terhadap potensi penipuan dan kejadian digital saat layanan Bank Nagari mengalami gangguan. Dalam konteks ini, pentingnya keamanan yang terjamin dalam penggunaan aplikasi tidak dapat diabaikan. Apabila bank menjamin keamanan data dan transaksi secara online melalui mesin atm hingga *Mobile Banking* maka rasa loyalitas nasabah akan semakin meningkat.

Meskipun Ollin by Nagari telah diunduh oleh 10 ribu pengguna di Play Store, dengan rating 3,7 dari 5 berdasarkan 2,42rb ulasan, namun jika masih terdapat rating di bawah 4 hal itu menandakan bahwa masih ada sejumlah nasabah yang menyatakan ketidakpuasannya terhadap aplikasi Ollin by Nagari. Bahkan ada yang memberikan rating di bawah 3, yang artinya layanan Ollin by Nagari ini masih perlu banyak perbaikan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Banyak nasabah mengeluhkan bahwa mereka kesulitan mendapatkan manfaat dari aplikasi Ollin by Nagari karena kesulitan mengaksesnya. Nasabah mengeluhkan bahwa masih sering terjadi error yang mengakibatkan transaksi tertunda pada sistem pembayaran dan pembelian, juga sering terjadi time out pada aplikasi dengan menunjukkan keterangan "permintaan kehabisan waktu" dan keluar aplikasi dengan sendirinya.

Namun nasabah sering mengalami kegagalan transaksi karena sulitnya mengakses fitur layanan yang tersedia dalam aplikasi Ollin by Nagari. Bahkan kekurangan kecil pun harus dievaluasi dan diperbaiki secara berkelanjutan oleh Bank Nagari Syariah untuk meningkatkan kepuasan nasabah terhadap aplikasi Ollin by Nagari. Penting bagi lembaga keuangan, baik yang berbasis konvensional maupun syariah, untuk menciptakan kemudahan, kepercayaan, kenyamanan, dan keamanan kepada nasabah mereka. Hal ini diharapkan dapat memiliki dampak positif terhadap loyalitas nasabah. Jika aplikasi Ollin by Nagari memiliki standar layanan yang tinggi, maka nasabah seharusnya merasa percaya untuk memanfaatkan layanan yang disediakan oleh Bank Nagari Syariah. Kualitas layanan, tingkat kenyamanan, dan kepuasan nasabah adalah hal-hal yang saling berkaitan erat. Oleh karena itu, hal ini akan mempengaruhi seberapa besar loyalitas nasabah. Sehingga, peningkatan berkelanjutan dalam kualitas layanan harus menjadi prioritas utama bagi lembaga keuangan.

Ollin by Nagari sebenarnya sudah memiliki sistem keamanan yang cukup bagus dengan dilengkapi sistem keamanan ganda yaitu kata sandi dan *Fingerprint* sehingga dapat meminimalisir terjadinya kebocoran data ataupun sejenisnya. Namun karena adanya peretasan yang sempat terjadi yang menyebabkan Ollin by Nagari menjadi error dan tidak dapat digunakan selama beberapa hari. Dapat dikatakan bahwa keamanan memiliki peran yang cukup penting terhadap loyalitas nasabah yang didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus yang mengatakan bahwa Keamanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas konsumen (Melsi & David, 2023). Sedangkan menurut studi yang sudah dijalankan oleh Jasmiko Hendri yang mengindikasikan bahwa Keamanan tidak memiliki dampak yang berarti pada terhadap kesetiaan pelanggan (Jasmiko Hendri, 2020) Menurut penelitian yang sudah dilakukan selama menjalani observasi, faktor keamanan di Bank Nagari Syariah juga sangat diperhatikan, misalnya dalam penggunaan Ollin by Nagari yang menggunakan sistem keamanan ganda yaitu kata sandi dan juga pin. Selain itu, juga dapat menggunakan pindai sidik jari yang bisa digunakan pada setiap handphone yang didukung oleh pindai sidik jari (*Fingerprint*).

Selain faktor kualitas layanan, keamanan yang perlu diperhatikan oleh bank adalah faktor kepercayaan bagi nasabah. Salah satunya yaitu kepercayaan(Trust) yaitu ketika individu mempertahankan sebuah harapan dari ucapan seseorang (pihak lainnya) yang dipercaya, semakin tinggi rasa percaya individu akan berdampak baik terhadap loyalitas nasabah tersebut. Suatu hubungan tidak akan bertahan lama jika tidak ada sebuah kepercayaan. Akan tetapi sebagian nasabah beranggapan berbeda, karena nyatanya kepercayaan yang dipegang oleh nasabah lebih ditujukan terhadap layanan yang diterima secara langsung.

Kualitas Layanan, keamanan, kepercayaan nasabah, merupakan tiga hal yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Oleh karena itu, baik buruknya kualitas layanan dapat menyebabkan tingginya loyalitas pelanggan terhadap perusahaan Bank Nagari dalam konteks ini, kepuasan pelanggan tentunya menjadi faktor penting yang mempengaruhi kualitas layanan, aspek keamanan dan kepercayaan dalam membangun loyalitas Pelanggan sebagai hubungan yang berubah.

Menurut Nabila Putri salah satu nasabah yang pengguna Ollin by Nagari lebih memudahkan nasabah untuk bertransaksi dimanapun dan kapanpun. Dengan adanya beberapa fitur yang mendukung dan memudahkan bertransaksi, seperti membayar UKT, pembelian dana serta mengirim uang tanpa harus datang langsung ke bank serta tidak perlu lagi khawatir membayar segala macam tagihan dengan mudah menggunakan smartphone atau tanpa keluar pergi ke ATM. Menurut Ibuk Farisa Aplikasi Ollin by Nagari rentan mengalami kebocoran apabila nasabah lalai menggunakan hal ini bisa dimanfaatkan oleh pelaku tindak kejahatan skimming.

Namun nasabah tersebut mengatakan bahwa memiliki keluhan terkait kesulitan dalam memanfaatan kemudahan penggunaan, keamanan, kepercayaan, serta keputusan menggunakan Ollin by Nagari. Dalam menggunakan Ollin by Nagari, nasabah mengeluh kemanfaatan Ollin by Nagari yang sering mengalami bug, serta nasabah mengeluhkan bahwa masih sering terjadi error yang mengakibatkan transaksi tertunda pada sistem pembayaran dan pembelian, juga sering terjadi time out pada aplikasi dengan menunjukkan keterangan “permintaan kehabisan waktu” dan keluar aplikasi dengan sendirinya

Dengan munculnya permasalahan tersebut, kepuasan nasabah menjadi faktor penting untuk menentukan apakah penggunaan Ollin by Nagari akan meningkatkan atau menurunkan loyalitas mereka terhadap aplikasi tersebut. Sebuah badan usaha yang berkualitas dan sukses harus selalu mempertimbangkan keberlanjutan operasinya. Kualitas pelayanan adalah tingkat kualitas barang atau layanan yang memenuhi standar Perusahaan, serta mengupayakan penyediaan barang atau layanan sesuai dengan ekspektasi nasabah (Rizal, 2020) Oleh karena itu, kualitas pelayanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi harapan nasabah, terutama dalam hal penggunaan layanan Ollin by Nagari

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui pentingnya loyalitas nasabah bagi sebuah instansi atau perusahaan seperti bank. Bank cenderung akan lebih memprioritaskan nasabah yang loyal daripada mencari nasabah baru. Loyalitas nasabah sangat penting untuk diperhatikan demi kelangsungan dan tetap eksisnya Bank Nagari Syariah di kalangan masyarakat. Menurut Joe Marconi, terdapat 6 faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu nilai (harga dan kualitas), kenyamanan dan kemudahan, citra perusahaan, kepuasan, kualitas layanan, serta garansi dan jaminan merek.<sup>9</sup> Oleh karena itu, penulis tertarik untuk mengkaji tentang kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan nasabah karena ketiga variabel tersebut merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas itu sendiri serta belum ada kajian yang secara spesifik membahas faktorfaktor ini dengan loyalitas nasabah pengguna aplikasi Ollin by Nagari, yang merupakan inovasi terbaru di industri perbankan khususnya di Bank Nagari Syariah. Selain itu, hubungan antara kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan juga merupakan area yang belum banyak diteliti, terutama dalam konteks aplikasi *Mobile Banking* yang baru diluncurkan ini yaitu Ollin by Nagari.

Sehingga untuk menguji teori dan juga mencari solusi dalam kesenjangan tersebut dan berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif pendekatan asosiatif atau hubungan. Objek dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan, Keamanan, Kepercayaan, Loyalitas Nasabah dalam menggunakan ollin by nagari. Subjek dalam penelitian ini adalah nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar dengan jumlah 2.612 pengguna. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling yang artinya teknik pengambilan data dengan menggunakan kriteria atau dengan pertimbangan tertentu. Untuk penentuan sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dan pada rumus ini penulis menggunakan 10% atau 0,1 pada eror level (tingkat kesalahan).

Dengan rumus slovin sampel yang akan digunakan dalam penelitian yaitu 96,312 yang dibulatkan menjadi 96 responden yang akan mempermudah penelitian yang akan disebarluaskan kepada seluruh pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar. Kriteria utama dalam penelitian ini yaitu:

- a. Nasabah Bank Nagari Syariah yang menggunakan aplikasi Ollin by Nagari.
- b. berdomisili di Kabupaten Tanah Datar.

Menurut Jogiyanto, variabel adalah karakteristik pengamatan terhadap partisipasi atau situasi pada saat penelitian yang memiliki nilai berbeda atau variasi pada studi. Sedangkan menurut Sugiyarto, menerangkan dalam melakukan observasi objek terhadap objek penelitian perlu ditentukan karakter yang akan diobservasi dari unit amatan yang disebut variabel. Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen (endogen) dan variabel independen (exogen).

- a. Variabel dependen (endogen) adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (eksogen). Variabel dependen (endogen) dalam penelitian ini adalah Loyalitas nasabah (Y).
- b. Variabel independen (eksogen) adalah variabel yang mempengaruhi oleh variabel dependen (endogen).

Variabel independen (eksogen) dalam penelitian ini adalah Kualitas Layanan(X1), Keamanan (X2) dan Kepercayaan (X3)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Responden

#### 1. Karakteristik Responden Berlandasan Jenis Kelamin

Responden Berlandasan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	29	30,2%
Perempuan	67	69,8%
<b>Total</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 29 responden atau 30,2% sedangkan berjenis kelamin perempuan berjumlah 67 responden atau 69,8% dari total 96 orang sampel pengujian.

#### 2. Karakteristik Responden Berlandasan Usia

Responden Berlandasan Usia		
Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 20 Tahun	7	7,3%
21-25	42	43,7%
26-30	29	30,2%
≥30	18	18,8%

**Total 96 100%**

Berdasarkan data Tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa responden berdasarkan usia <20 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 7,3%, berikutnya untuk nasabah usia 21-25 berjumlah 42 orang dengan persentase 43,7%, selanjutnya untuk nasabah usia 26-30 berjumlah 29 orang dengan persentase 30,2% dan yang terakhir untuk nasabah usia >30 berjumlah 18 orang dengan persentase 18,8%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden pada penelitian ini berusia 21-25 tahun dengan persentase 43,7%..

### 3. Karakteristik Responden Berlandasan Pekerjaan

Responden Berlandasan Pekerjaan		
Pekerjaan	Frekuensi	Percentase
Pelajar/ Mahasiswa	45	46,9%
Pegawai Swasta	14	14,6%
PNS/TNI/POLRI	8	8,3%
Wirausaha	13	13,5%
Lainnya	16	16,7%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data Tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa data nasabah Bank Nagari Syariah Batusangkar yang pekerjaannya pelajar/mahasiswa berjumlah 45 orang dengan persentase 46,9%, berikutnya untuk nasabah Pegawai Swasta berjumlah 14 responden atau 14,6%, PNS/TNI/POLRI berjumlah 8 responden atau 8,3%, Wirausaha berjumlah 13 responden atau 13,5%, Lainnya berjumlah 16 responden atau 16,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden nasabah Bank Nagari Syariah Batusangkar pada penelitian ini pelajar/Mahasiswa berjumlah 45 orang dengan persentase 46,9%.

### 4. Karakteristik Responden Berlandasan Intensitas Pengguna

Responden Berlandasan Intensitas Pengguna		
Intensitas Pengguna	Frekuensi	Percentase
Satu Kali	27	28,1%
Dua Kali	19	19,8%
Lebih atas Dua Kali	50	52,1%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan Ollin by Nagari selama sebulan dengan penggunaan satu kali berjumlah 27 responden atau 28,1%, dua kali berjumlah 19 responden atau 19,8% dan yang menggunakan lebih dari dua kali berjumlah 50 responden atau 52,6%. Maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden nasabah Bank Nagari Syariah Batusangkar pada penelitian ini telah menggunakan Ollin by Nagari selama satu bulan dengan menggunakan penggunaan lebih dari dua kali berjumlah 50 responden atau 52,6%..

## B. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Statistik Deskriptif

#### Hasil Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimu	Maximu	Mean	Std. Deviation
		m	m		
Kualitas Layanan	96	31,00	50,00	42,1562	3,23575
Keamanan	96	13,00	20,00	17,1042	1,67633
Kepercayaan	96	23,00	40,00	33,8646	3,15101

Loyalitas Nasabah	96	24,00	40,00	33,6458	3,24760
Valid N (listwise)	96				

Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa jumlah dari responden (N) adalah 96. Dari 96 responden tersebut, diperoleh nilai terendah (minimum), nilai tertinggi (maximum), dan nilai rata-rata (mean) dari total skor jawaban responden. Berikut adalah penjelasan untuk masing-masing variabel:

a. Kualitas Layanan (X1)

Variabel Kualitas Layanan (X1) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimumnya 31 berdasarkan hasil kuesioner. Sedangkan untuk nilai maksimumnya 50 berdasarkan hasil kuesioner dari beberapa nasabah, serta nilai rata-rata sebesar 42,16 dan untuk nilai standart deviasi (Std Deviation) adalah 3,236.

b. Keamanan (X2)

Variabel Keamanan (X2) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimumnya 13 berdasarkan hasil kuesioner. Sedangkan untuk nilai maksimumnya 20 berdasarkan hasil kuesioner dari beberapa nasabah, serta nilai rata-rata sebesar 17,10 dan untuk nilai standart deviasi (Std Deviation) adalah 1,676.

c. Kepercayaan (X3)

Variabel Kepercayaan (X3) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimumnya 23 berdasarkan hasil kuesioner. Sedangkan untuk nilai maksimumnya 40 berdasarkan hasil kuesioner dari beberapa nasabah, serta nilai rata-rata sebesar 33,86 dan untuk nilai standart deviasi (Std Deviation) adalah 3,151.

d. Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel Loyalitas Nasabah (Y) dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimumnya 24 berdasarkan hasil kuesioner. Sedangkan untuk nilai maksimumnya 40 berdasarkan hasil kuesioner dari beberapa nasabah, serta nilai rata-rata sebesar 33,65 dan untuk nilai standart deviasi (Std Deviation) adalah 3,248.

## 2. Uji Keabsahan Data

### a. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r	r	Keterangan
	Pernyataan	Hitung	Bagan	
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,568	0,2006	Valid
	X1.2	0,389	0,2006	Valid
	X1.3	0,448	0,2006	Valid
	X1.4	0,507	0,2006	Valid
	X1.5	0,552	0,2006	Valid
	X1.6	0,485	0,2006	Valid
	X1.7	0,561	0,2006	Valid
	X1.8	0,572	0,2006	Valid
	X1.9	0,561	0,2006	Valid
	X1.10	0,489	0,2006	Valid
	X2.1	0,642	0,2006	Valid

Keamanan (X2)	X2.2	0,704	0,2006	Valid
	X2.3	0,737	0,2006	Valid
	X2.4	0,632	0,2006	Valid
Kepercayaan(X3)	X3.1	0,548	0,2006	Valid
	X3.2	0,566	0,2006	Valid
	X3.3	0,569	0,2006	Valid
	X3.4	0,662	0,2006	Valid
	X3.5	0,692	0,2006	Valid
	X3.6	0,554	0,2006	Valid
	X3.7	0,594	0,2006	Valid
	X3.8	0,620	0,2006	Valid
Loyalitas Nasabah(Y)	Y.1	0,661	0,2006	Valid
	Y.2	0,595	0,2006	Valid
	Y.3	0,685	0,2006	Valid
	Y.4	0,588	0,2006	Valid
	Y.5	0,616	0,2006	Valid
	Y.6	0,570	0,2006	Valid
	Y.7	0,645	0,2006	Valid
	Y.8	0,622	0,2006	Valid

Berdasarkan tabel diatas, uji validitas dalam penelitian ini menggunakan pearson Corelation dengan membandingkan nilai hitung (tabel Person Correlation) dengan r tabel (tabel product moment dengan tingkat signifikan 5% atau 0,05) untuk degree of freedom(df)= n-2. Dalam penelitian ini, jumlah sampel adalah 96 responden, sehingga diperoleh nilai df= 96-2, dengan r Tabel untuk df sebesar 94 adalah 0,2006 . Hasil uji validitas menggunakan SPSS versi 26 menunjukkan bahwa semua item total correlation memiliki nilai lebih besar dari r tabel, yang berarti semua pertanyaan valid. Dengan demikian, semua pernyataan tersebut digunakan sebagai alat ukur yang valid dalam analisis selanjutnya..

### b. Uji Realibilitas

Variabel	Hasil Uji Reliabilitas			
	Cronbach's Alpha	Cronbach Alpha	N Of	Keterangan
	Variable	Ite	n	
Kualitas layanan (X1)	0,688	0,60	10	Reliabel
Keamanan (X2)	0,608	0,60	4	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,748	0,60	8	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,755	0,60	8	Reliabel

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas menyatakan bahwasannya hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini memiliki nilai Cronbach alpha > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator atau pertanyaan dalam Kualitas Layanan (X1), Keamanan (X2), Kepercayaan (X3 dan Loyalitas Nasabah (Y) pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan bisa dilanjutkan untuk melakukan pengujian hipotesis

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Ujít

Unstandardized Residual		
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean Std.	,0000000 2,58505537
Most Differences	Absolute Positive Negative	,071 ,044 -,071
Uji Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang telah dilakukan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) bernilai 0,200, yang mana artinya  $0,200 > 0,05$ . Dalam uji ini dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan layak dan memenuhi asumsi normalitas atau dengan kata lain data yang digunakan dalam penelitian normal.

#### b. Uji Multikolinearitas

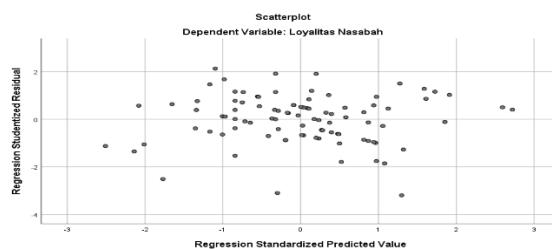
##### Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Error	Std. Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,963	4,104		,966	,337		
Kualitas Layanan	,318	,093	,317	3,41	,001	,799	1,25
Keamanan	,455	,183	,235	2,49	,014	,776	1,28
Kepercayaan	,250	,094	,243	2,67	,009	,832	1,20

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.10 di atas diketahui nilai tolerance Kualitas layanan sebesar 0,799 yang mana lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 1,251 yang mana lebih kecil dari 10,00, keamanan sebesar 1,289 yang mana lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 1,289 yang mana lebih kecil dari 10,00, selanjutnya Kepercayaan sebesar 0,832 yang mana lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) adalah 1,202 yang mana lebih kecil dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antara variabel independen dalam model regresi.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

##### Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada grafik diatas plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol dari sumbu *Regression Studentized Residual*. Maka dapat disimpulkan pada uji ini tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

##### Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

###### Coefficients<sup>a</sup>

Model	B	Std. Error	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics		
			Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF			
1 (Constant)	3,963	4,104		,966	,337					
Kualitas Layanan	,318	,093	,317	3,416	,001	,799	1,251			
Keamanan	,455	,183	,235	2,492	,014	,776	1,289			
Kepercayaan	,250	,094	,243	2,671	,009	,832	1,202			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berlandasan atas bagan di atas bisa terbuat bentuk pertemuan regresi linier berganda selaku selanjutnya:

$$Y = 3,963 + 0,318 X_1 + 0,455 X_2 + 0,250 X_3 + e$$

Berlandasan atas regresi di atas bisa dipaparkan selaku selanjutnya:

- Nilai konstanta ( $\alpha$ ) memiliki nilai positif sebesar 3,963. Hal ini mengindikasikan jika variabel independen (Kualitas Layanan, keamanan dan kepercayaan) bernilai 0% atau tidak mengalami perubahan, maka nilai loyalitas nasabah adalah 3,963
- Nilai koefisien Kualitas Layanan ( $X_1$ ) bernilai positif yaitu 0,318. Hal ini menunjukkan jika Kualitas Layanan mengalami kenaikan 1% maka loyalitas akan naik sebesar 0,318 atau 31,8% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Layanan yang diberikan maka semakin meningkatnya loyalitas nasabah. Dan juga sebaliknya, semakin rendahnya tingkat Kualitas Layanan yang diberikan maka semakin menurun tingkat loyalitas.
- Nilai koefisien Keamanan ( $X_2$ ) bernilai positif yaitu 0,455. Hal ini menunjukkan jika Keamanan mengalami kenaikan 1% maka loyalitas nasabah akan naik sebesar 0,455 atau 45,5% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat Keamanan yang diberikan maka semakin meningkatnya loyalitas nasabah. Dan juga sebaliknya, semakin rendahnya tingkat Keamanan yang diberikan maka semakin menurun tingkat loyalitas nasabah.
- Nilai koefisien Kepercayaan ( $X_3$ ) bernilai positif yaitu 0,250. Hal ini menunjukkan jika Keamanan mengalami kenaikan 1% maka loyalitas nasabah akan naik sebesar 0,250 atau

25,0% dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan. Dapat disimpulkan bahwa semakin baik tingkat Kepercayaan yang diberikan maka semakin meningkatnya loyalitas nasabah. Dan juga sebaliknya, semakin rendahnya tingkat Kepercayaan yang diberikan maka semakin menurun tingkat loyalitas nasabah. e. Standar error sebesar 4,104 digunakan untuk mengukur tingkat variabilitas yang disebabkan oleh faktor-faktor pengganggu dalam model..

## 5. Uji Hipotesis

### a. Uji T

**Hasil Uji Parsial (Uji T)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Error				Tolerance	VIF
1 (Constant )	3,963	4,104		,966	,337		
Kualitas Layanan	,318	,093	,317	3,416	,001	,799	1,251
Keamanan	,455	,183	,235	2,492	,014	,776	1,289
Kepercayaan	,250	,094	,243	2,671	,009	,832	1,202

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Dengan taraf signifikan 0,05 maka diperoleh  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  atau 0,025 (Two Tailed) dan degree of freedom (df) dengan ketentuan  $df = n - k - 1$  (diketahui n adalah jumlah responden dan K jumlah variabel X). Sehingga diperoleh  $df = 96 - 3 - 1 = 92$  Maka diperoleh t tabel adalah 1,986. Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Variabel Kualitas Layanan(X1) memperoleh thitung  $3,416 > 1,986$  selain itu nilai signifikan (p-value) 0,001 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah.
- 2) Variabel Keamanan(X2) memperoleh thitung  $2,492 > 1,986$  selain itu nilai signifikan (p-value) besar 0,014 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak, yang berarti variabel Keamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.
- 3) Variabel Kepercayaan(X3) memperoleh thitung  $2,671 > 1,986$  selain itu nilai signifikan (p-value) kecil 0,009 yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah.

### b. Uji F

**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.

Regressi n	367,120	3	122,373	17,734	,000 <sup>b</sup>
Residual	634,839	92	6,900		
Total	1001,958	95			

Adapun hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

- 1)  $H_04 = \text{Tidak terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Layanan, Keamanan dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah Pengguna Ollin by Nagari.}$
- 2)  $H_a4 = \text{Terdapat pengaruh signifikan variabel Kualitas Layanan, Keamanan dan kepercayaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah Pengguna Ollin by Nagari.}$

Dalam pengujian ini, dilakukan dengan menetapkan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%. Berdasarkan tabel statistik diatas, F hitung sebesar 17,734. Sedangkan F tabel ditentukan dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$  atau 0,05,  $df_1 = k$  (Jumlah variabel independen) dan  $df_2 = n - k - 1$  ( $n$ = jumlah responden,  $k$  = jumlah variabel independen). Sehingga,  $df_1 = 3$  dan  $df_2 = 96 - 3 - 1 = 92$ , maka didapatkan nilai F tabel adalah 2,70

Dapat disimpulkan bahwa  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  ( $17,734 > 2,70$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya  $H_04$  ditolak dan  $H_a4$  diterima. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Layanan, Keamanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah Pengguna Ollin by Nagari

### c. Uji Koefisien Determinasi

#### Hasil Uji Determinasi

##### Model Summary<sup>b</sup>

Mod el	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
			Square	
1	,605 <sup>a</sup>	,366	,346	2,627

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Layanan, Keamanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel diatas, dengan *Adjusted R Square* senilai 0,366 atau 36,6% yang memiliki arti kemampuan variabel Kualitas layanan, keamanan dan kepercayaan untuk menjelaskan variabel loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari sebesar 36,6% sedangkan 63,4% lainnya dijelaskan oleh variabel independen yang tidak dimasukkan dalam model regresi penelitian ini..

### A. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Kualitas Layanan pengguna *Ollin* by Nagari terhadap Loyalitas Nasabah pengguna *Ollin* by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.

Kualitas layanan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan hubungan antara keduanya sangat erat. Kualitas layanan yang baik akan menyebabkan konsumen merasa puas. Kepuasan ini kemudian akan mendorong terbentuknya sikap loyalitas konsumen terhadap perusahaan, jika perusahaan sudah memiliki konsumen yang loyal, maka perusahaan bisa meningkatkan penjualan dan akhirnya akan mendapatkan profit sesuai dengan yang diharapkan.

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasannya variabel bebas Kualitas Layanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Loyalitas Nasabah ( $Y$ ) dalam menggunakan Ollin by Nagari. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji diketahui bahwa  $t$  hitung untuk variabel pengalaman pemasaran ( $X_1$ ) sebesar 3,416 dengan nilai signifikannya 0,001. Maka nilai signifikan variabel Pengalaman Pemasaran  $0,001 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $3,416 > 1,986$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya  $H_1$  diterima yang berarti variabel Kualitas Layanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y$ ).

Hal tersebut menunjukkan bahwasannya variabel Kualitas Layanan (X1) mempunyai hasil yang berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Dimana Kualitas Layanan (X1) dapat menjadi faktor atau tolak ukur responden dalam menggunakan Ollin by Nagari. Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat para responden tentang pemahaman dari variabel penelitian Kualitas Layanan. Bahwasanya rata-rata jawaban responden sebagian besar dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan merupakan suatu pemahaman yang dimiliki oleh seseorang tentang kualitas layanan keuangan berbasis internet yang digunakan di smartphone. Sehingga responden dalam hal ini paham akan Kualitas Layanan dan mempunyai jiwa kesadaran untuk menggunakan Ollin by Nagari. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang akan kualitas layanan, maka akan semakin tinggi pula pengaruh seseorang tersebut dalam menggunakan Ollin by Nagari dimana nasabah menjadi loyal dalam menggunakan Ollin by Nagari. Dengan demikian, Kualitas Layanan dapat menjadi salah satu faktor penentu nasabah Bank Nagari Syariah dalam menggunakan Ollin by Nagari untuk proses transaksi keuangan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Tjiptono kualitas pelayanan merupakan tingkat ukuran terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan untuk mampu memenuhi ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang sesungguhnya. Pelayanan merupakan sebuah kinerja yang dapat dirasakan langsung oleh nasabah, pelayanan sendiri bertujuan untuk memberikan rasa puas dan juga nyaman kepada konsumen/nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu yang dilakukan oleh Sri Ismulyaty, (2022) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengguna Internet Banking Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI Kalijero) bahwa kualitas layanan secara langsung mempengaruhi loyalitas naasbah. Ketika kualitas pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diinginkan nasabah.

## 2. Pengaruh Keamanan *Ollin* by Nagari terhadap Loyalitas Nasabah pengguna *Ollin* by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasannya variabel dependen Keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) dalam menggunakan Ollin by Nagari. Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai t-hitung sebesar 2,492 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari ttabel ( $2,492 > 1,982$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,014 < 0,05$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya H2 diterima yang berarti variabel Keamanan (X2) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Temuan ini sesuai dengan teori dari Joe Marconi dan penelitian yang dilakukan oleh Melsi Diana Putri Lubis dan David Humala Sitorus yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Ketika informasi pribadi nasabah terjamin keamanannya, nasabah cenderung merasa lebih aman dan memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap perusahaan yang mengelola data mereka. Sehingga keamanan memiliki dampak yang kuat terhadap loyalitas konsumen.

Hubungan antara keamanan dan loyalitas nasabah terjadi apabila nasabah berpikir bahwa sistem keamanannya baik maka tingkat kepercayaan nasabah akan tinggi. Saat nasabah telah memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi, maka nasabah akan cenderung loyal terhadap bank.

Maka dari itu, pihak Bank Nagari Syariah diharapkan untuk dapat lebih meningkatkan sistem keamanan siber sehingga kejadian peretasan yang pernah terjadi tidak akan terjadi lagi dimasa yang akan datang. Selain itu juga diharapkan kepada pihak Bank Nagari Syariah juga menyiapkan file backup untuk menghindari kejadian yang tidak diinginkan. Selain itu, bagi para pengguna *Mobile Banking* disarankan untuk melakukan pengecekan secara teratur untuk mengetahui kendala yang terjadi sedini mungkin, merahasiakan pin dan juga password, serta rutin memberikan mutasi rekening.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori semakin tinggi tingkat keamanan yang diberikan perusahaan terhadap konsumen/nasabah yang menggunakan *Mobile Banking*, sehingga nasabah akan semakin loyal dalam menggunakan *Mobile Banking*. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adestyan dan Rapida pada tahun 2022 yang berjudul Pengaruh Keamanan, Kepuasan, Kemudahan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas.

**3. Pengaruh Kepercayaan Pengguna *Ollin* by Nagari terhadap Loyalitas Nasabah pengguna *Ollin* by Nagari di Kabupaten Tanah Datar**

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasannya variabel dependen Kepercayaan (X3) berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) dalam menggunakan *Ollin by Nagari*. Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai t-hitung sebesar 8.719 yang menunjukkan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari ttabel ( $8.719 > 1.982$ ) dengan tingkat signifikansi yaitu ( $0,181 < 0,05$  dan koefisien regresi 0,452). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya H3 diterima yang berarti variable Kepercayaan (X3) berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Hal tersebut menunjukkan bahwasannya variabel Kepercayaan mempunyai hasil yang berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Dimana Kepercayaan (X3) dapat menjadi faktor atau tolak ukur responden dalam menggunakan *Ollin by Nagari*. Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat para responden tentang pemahaman dari variabel penelitian Kepercayaan. Bahwasanya rata-rata jawaban responden sebagian besar dapat disimpulkan bahwa keamanan merupakan suatu pemahaman yang dimiliki oleh seseorang tentang kepercayaan dalam menggunakan suatu layanan keuangan berbasis internet yang digunakan di smartphone. Sehingga responden dalam hal ini paham akan kepercayaan terhadap layanan *Mobile Banking* dan mempunyai jiwa kesadaran untuk menggunakan *Ollin by Nagari*. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang akan kepercayaan terhadap suatu layanan, maka akan semakin tinggi pula pengaruh seseorang tersebut dalam keloyalitasan pengguna *Ollin by Nagari*. Dengan demikian, kepercayaan nasabah dapat menjadi salah satu faktor penentu nasabah Bank Nagari Syariah dalam menggunakan *Ollin by Nagari* untuk proses transaksi keuangan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori kepercayaan konsumen atau nasabah sangat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan, karena pelanggan sudah tidak percaya lagi dengan barang perusahaan, maka akan sulit mengembangkan produk untuk pasar. Kepercayaan adalah keinginan untuk mempercayai mitra pertukaran yang dapat diandalkan. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Huda pada tahun 2021 yang berjudul Pengaruh Kepercayaan, Lokasi, Pelayanan, Jasa dan Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Koperasi Unit Desa "Tani Mulyo" Karanglangit Lamongan di mana keamanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan KUD Tani Mulyo Karang langit Lamongan

**4. Pengaruh Kualitas Layanan, Keamanan dan Kepercayaan Pengguna *Ollin* by Nagari terhadap Loyalitas Nasabah pengguna *Ollin* by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.**

Hasil dari perhitungan analisis regresi linier berganda yang menunjukkan bahwasannya variabel dependen Kualitas Layanan (X1), Keamanan (X2) dan Kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel terikat atau dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) dalam menggunakan *Ollin by Nagari*. Berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut, dapat diperoleh nilai f-hitung sebesar 25.532 yang menunjukkan bahwa nilai f-hitung  $> f$  tabel ( $17,734 > 2,700$  atau sig. kurang dari  $0,05$  ( $0,000 < 0,05$ )). Hal tersebut menunjukkan bahwasannya H4 diterima. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Layanan, Keamanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah Pengguna *Ollin by Nagari*.

Hal tersebut menunjukkan bahwasannya variabel Kualitas Layanan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan (X3) mempunyai hasil yang berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Dimana Kualitas Layanan, Keamanan, dan Kepercayaan dapat menjadi faktor atau tolak ukur

responden dalam menggunakan Ollin by Nagari. Hasil tersebut juga didukung oleh pendapat para responden tentang pemahaman dari variabel penelitian tersebut. Bahwasanya rata-rata jawaban responden sebagian besar dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, keamanan, dan kepercayaan merupakan suatu pemahaman yang dimiliki oleh seseorang tentang kualitas dan keamanan suatu layanan keuangan berbasis internet yang digunakan di smartphone. Sehingga responden dalam hal ini paham akan Kualitas dan Keamanan layanan *Mobile Banking* dan mempunyai jiwa kesadaran untuk menggunakan Ollin by Nagari. Semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang akan kualitas dan keamanan suatu layanan serta kepercayaan dalam menggunakan Ollin by Nagari, maka akan semakin tinggi pula pengaruh seseorang tersebut dalam keloyalitasan pengguna Ollin by Nagari. Dengan demikian, kualitas dan keamanan suatu layanan serta kepercayaan dalam menggunakan Ollin by Nagari dapat menjadi salah satu faktor penentu nasabah Bank Nagari Syariah dalam menggunakan Ollin by Nagari untuk proses transaksi keuangan.

Dari hasil perhitungan analisis regresi linier berganda menunjukkan *Adjusted R Square* sebesar 0,366 (36,6%) artinya variabel Kualitas Layanan (X1), Keamanan (X2), dan Kepercayaan (X3) dapat mempengaruhi variabel Loyalitas Nasabah sebesar 36,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan yaitu:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung untuk variabel Kualitas layanan (x1) sebesar 3,416 dengan nilai signifikannya 0,001. Maka nilai signifikan variabel kualitas layanan  $0,001 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $3,416 > 1,986$ ). Maka Ha1 diterima sedangkan H01 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas layanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.
2. Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung untuk variabel Kualitas layanan (X2) sebesar 2,492 dengan nilai signifikannya 0,014. Maka nilai signifikan variabel kualitas layanan  $0,014 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,492 > 1,986$ ). Maka Ha2 diterima sedangkan H02 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Keamanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t hitung untuk variabel Kualitas layanan (X3) sebesar 2,671 dengan nilai signifikannya 0,009. Maka nilai signifikan variabel kualitas layanan  $0,009 < 0,05$  dan  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  ( $2,671 > 1,986$ ). Maka Ha3 diterima sedangkan H03 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel Kepercayaan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.
4. Kualitas Layanan, Keamanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil uji diketahui bahwa  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$  ( $17.734 > 2.70$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , artinya H04 ditolak dan Ha4 diterima. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel Kualitas Layanan, Keamanan dan Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pengguna Ollin by Nagari di Kabupaten Tanah Datar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adestyan, Fitria Mella, and Ida Rapida. 2022.“ Efek Keamanan, Kebahagiaan, Keringanan Serta Keyakinan keatas Kepatuhan Konsumen BSI Net Banking Di Bank Syariah Indonesia KCP Suropaticore Bandung.” Harian Maps (Manajemen Perbankan Syariah) 6 (1): 53–61. https:// atau atau kekasih. org atau 10. 32627 atau maps. v6i1. 586.
- Albert Kurniawan Purnomo. 2019. Pengajaran Studi Ekonomi Jadi Gampang Atas IBM SPSS. Surabaya: CV Jakad Publishing.
- Amalia, Gadis, and Anna Zakiyah Hastriana. 2022.“ Efek Kemanfaatan, Keringanan Keamanan, Serta Fitur M- Banking keatas Kebahagiaan Pelanggan Dalam Berbisnis Atas Bank Syariah Indonesia (Riset Permasalahan BSI KCP Sumenep).” Islamic Sciences, Sumenep 1: 70–89.
- Andhika, Alan. 2021.“ Efek Kebahagiaan Pelanggan, Ekuitas Merk, Pandangan Industri, Serta Kebahagiaan Klien keatas Kepatuhan Klien.” Syntax Literate; Harian Objektif Indonesia 6 (12): 6013. https:// atau atau kekasih. org atau 10. 36418 atau syntax- literate. v6i12. 5035.
- Andrianto, Pemimpin Gigih, Tri Sudarwanto, and Peni Haryanti. 2022.“ Efek Performance, Reliability, And Trust keatas Kebahagiaan Pelanggan Konsumen *Mobile Banking* BRI Syariah Kc Jombang.” JIES: Journal of Islamic Economics Studies 3 (2): 91–99. https:// atau atau kekasih. org atau 10. 33752 atau jies. v3i2. 529.
- Arif, Muhammad Nur Rianto Al. 2010. Dasar- Dasar Penjualan Bank Syariah. Bandung: Alfabeta.
- Orang suci, Firza Prishellya Angghisna. 2020.“ Efek Mutu LAYANAN, Keyakinan, Serta Kebahagiaan keatas Kepatuhan Pelanggan (Riset Atas Bank Jatim Kantor Agen Bojonegoro).” Harian Ilmu Serta Studi Manajemen, 1–16.
- Bungin, Burhan. 2011. Tata cara Riset Kuantitatif Versi Kedua. Jakarta: Emas Prenada Alat Group.
- Kebajikan, Budi. 2021. Statistik Riset Memakai SPSS (Percobaan Keabsahan, Percobaan Reliabilitas, Regresi Linear Simpel, Regresi Linear Berganda, Percobaan F, R2). DKI Jakarta: Guepedia.
- Doni Juni Priansa. 2017. Sikap Pelanggan Dalam Kompetisi Bidang usaha Kontemporer. Bandung: ALFABETA.
- Abu, Nikolaus. 2019. Tata cara Riset Kuantitatif: Sebutan Rancangan Bawah Buat Penyusunan Skripsi& Analisa Informasi Atas SPSS. Yogyakarta: Deepublish.
- Siregar, Agung. 2021.“ Ikatan Selah Keyakinan Klien Atas Kepatuhan Klien keatas Online Shop.” Harian Riset Pembelajaran, Ilmu jiwa Serta Kesehatan (J- P3K) 2 (1): 83–88. https:// atau atau kekasih. org atau 10. 51849 atau j- p3k. v2i1. 97.
- Sitohang, Rommel, Henri Saragih, and Ragu Belas kasih. 2021.“ Efek Mutu Layanan, Pemahaman Merk Serta Kebahagiaan Pelanggan keatas Kepatuhan Pelanggan Atas Bank Sumut Area.” Harian Objektif METHONOMI 7 (2): 206–17. https:// atau atau kekasih. org atau 10. 46880 atau methonomi. vol7no2. pp206- 217.
- Sumar'in. 2012. Rancangan Kelembagaan Bank Syariah. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani serta Hendryadi. 2015. Tata cara Studi Kuantitatif: Filosofi Serta Aplikasi Atas Riset Aspek Manajemen Serta Ekonomi Islam Versi Awal. Jakarta: Emas Prenada Alat Group.
- Sutiym, Sutiym, and Tika Arinda Fitri. 2022.“ Efek Mutu Layanan, Keyakinan, Serta Komitmen keatas Kepatuhan Pelanggan Atas Bank Syariah Mandiri Kantor Agen Pembantu Ulak Karang Atasng.” Harian Pundi 5 (3): 351. https:// atau atau kekasih. org atau 10. 31575 atau jp. v5i3. 371.
- Syafarudin, Afriapollo. 2021.“ Ilomata International Journal of Tax& Accounting (IJTC)” 2 (1): 71–83.
- Umam, Khaerul. 2013. Manajemen Perbankan Syariah. Bandung: Pustaka Loyal. Usman, Rachmadi. 2012. Pandangan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia. Jakarta: Cahaya Ilmu cetak- mencetak.

- Utami, Nela Bersih. 2019.“ Efek Dorongan Dalam Serta Eksternal keatas Kepatuhan Pelanggan Dalam Menyimpan uang Di BMT Al- Muawanah.” IAIN Bengkulu.
- Vietzal Rivai serta Rifki Ismail. 2013. Islamic Risk Manajemen For Islamic Bank Jakarta: Gramedia Pustaka Penting.
- Wibowo, Mutiara serta Pemimpin. 2020.“ Efek Keyakinan, Keamanan Serta Mutu Produk keatas Ketetapan Pembelian.” Manajemen Bidang usaha Krisnadwipayana 8 (2): 10–20.
- Wulanatas, Siti. 2017.“ Efek Keyakinan Serta Mutu Layanan keatas Kebahagiaan Pelanggan Asuransi Jiwa.” Ilmu Serta Studi Manajemen 6 (9).
- Zulganef. 2013. Tata cara Riset Sosial Serta Bidang usaha. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Zulkarnain, Rizal, Her Taufik, and Agus David Ramdansyah. 2020.“ Efek Mutu Jasa Serta Mutu Produk keatas Kepatuhan Pelanggan Atas Kebahagiaan Pelanggan Selaku Elastis Intervening (Riset Permasalahan Atas PT Bank Syariah Mu“amalah Cilegon).” Harian Manajemen Serta Bidang usaha, 1–24.