BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Pada penelitian ini strategi yang digunakan adalah strategi penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2019:258), penelitian asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas atau eksogen dan variabel terikat atau endogen. Penelitian ini dilakukan dengan cara survei yaitu salah satu penelitian yang dilakukan untuk populasi besar dan kecil, tetapi data yang diteliti adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian, sebaran dan hubungan relatif antara sosiologis dan psikologis variabel (Sugiyono, 2019:14). Sedangkan dasar analisis penelitian menggunakan pendekatan statistik deskriptif dan kuantitatif. Sugiyono (2019:262) menyatakan statistik deskriptif merupakan statistik yang berfungsi mendeskripsikan (memberi gambaran) terhadap suatu objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Sedangkan metode kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan filosofi positivis, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik, untuk tujuan pemodelan, menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditentukan, Sugiyono (2019:13).

3.2. Populasi dan Sampel

Menurut Hadi (2017:80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik sebuah kesimpulannya. Sedangkan Sugiyono (2019:135) mengemukakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah pengguna BSI

Mobile di Kantor Cabang Jakarta Kelapa Gading 2. Populasi sasaran adalah nasabah yang terdaftar sebagai pengguna BSI *Mobile* di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Kelapa Gading 2. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono (2019:136).

Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria tertentu, Sugiyono (2019:144). Kriteria sampel dalam penelitian ini nasabah pengguna aktif BSI *Mobile* yang terdaftar di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Jakarta Kelapa Gading 2 periode Januari 2021 - Maret 2022. Dikarenakan jumlah populasi sasaran tidak diketahui maka peneliti memutuskan untuk menggunakan sebanyak 100 responden, sebagaimana rekomendasi Haryono (2017:14) yang berkisar dari 30 sampai 100 kasus.

3.3 Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer. Menurut Sugiyono (2019:213) data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Data primer tersebut dikumpulkan melalui kuesioner, kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan secara langsung kepada responden (Sugiyono, 2019:216).

Kuesioner diukur menggunakan skala *likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Selanjutnya, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen kuesioner. Jawaban setiap item kuesioner mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, Sugiyono (2019:132)

Tabel 3. 1 Penilaian Skala *Likert*

No	Pertanyaan	Kode	Bobot Nilai
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2

Tabel 3. 1 Penilaian Skala *Likert* (lanjutan)

3	Ragu-Ragu	RR	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

Sumber: Sugiyono (2019:165)

3.4 Operasional Variabel

Operasional variabel digunakan untuk menentukan jenis, indeks, dan skala variabel yang relevan dengan penelitian. Identifikasi variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dan melakukan analisis statistik. Identifikasi variabel variabel yang digunakan penelitian ini untuk memperoleh data dan melakukan analisis secara statistik. Menurut Sugiyono (2019:38) variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. Menurut Zeithaml et.al., (2013), *e-service quality* didefinisikan sebagai kemampuan website untuk memberikan pengalaman berbelanja, pembayaran, dan pengiriman produk secara efektif dan efisien. *E-service quality* merupakan evaluasi secara umum dan penilaian yang diberikan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia berdasarkan baik buruknya suatu kualitas BSI *Mobile* yang disampaikan dalam bentuk virtual. *E-service quality* dalam penelitian ini diukur dengan indikator yaitu; efisiensi, pemenuhan janji, ketersediaan sistem, privasi, jaminan/kepercayaan dan tampilan situs.

2. Ranjbarian et.al., (2012) mendefinisikan bahwa *e-satisfaction* atau kepuasan pelanggan *online* dimana merupakan hasil dari persepsi konsumen terhadap kenyamanan *online*, perdagangan/cara transaksi, desain situs, keamanan, dan pelayanan atau dapat dijelaskan bahwa *e-satisfaction* merupakan kenyamanan yang dirasakan konsumen saat menggunakan fasilitas dan pelayanan yang diberikan perusahaan secara online. Kemudian Junardi dan Sari (2019)

mengemukakan bahwa *e-customer satisfaction* adalah ketika produk dan layanan *online* melebihi harapan konsumen, serta melebihi kepuasan konsumen setelah membandingkan pengalaman pembelian sebelumnya, dan dapat juga melebihi pengalaman pembelian *online*. *E-satisfaction* merupakan hasil dari persepsi nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap kenyamanan *online*, perdagangan/cara transaksi, desain situs, keamanan, dan pelayanan pada BSI *Mobile. E-satisfaction* dalam penelitian ini diukur dengan *convenience*, *merchandising, site design, security* dan *serviceability.*

3. *E-trust* didefinisikan sebagai pembentukan sikap antara pelanggan dan penjual termasuk keyakinan konsumen dan harapan mengenai karakteristik yang terkait dengan kepercayaan dari penjual *online* (Suariedewi dan Suprapti, 2020). *E-trust* sebagai pembentukan sikap antara nasabah dan Bank Syariah Indonesia termasuk keyakinan nasabah dan harapan mengenai karakteristik yang terkait dengan kepercayaan atas pelayanan BSI *Mobile*. *E-trust* dalam penelitian ini diukur dengan indikator kemampuan, kebaikan hati, dan integritas.

4. *E-loyalty* adalah sikap konsumen yang menguntungkan penjual *online*, yang menghasilkan pembelian ulang, *e-loyalty* merupakan dampak dari kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan. Memiliki pelanggan yang loyal sangat menguntungkan bagi perusahan *online*, mengingat persaingan penjualan *online* yang tinggi, konsumen yang loyal akan merekomendasikan kepada teman maupun keluarga mereka untuk ikut melakukan pembelian (Jeon dan Jeong, 2017). *E-loyalty* adalah sikap nasabah yang menguntungkan bank, yang menghasilkan penggunaan kembali, *e-loyalty* merupakan dampak kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia terhadap kualitas layanan yang disediakan BSI *Mobile*. *E-loyalty* dalam penelitian ini diukur dengan indikator *cognitive, affective, conative* dan *action*.

Variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing mempunyai sub indikator. Sub indikator akan dijadikan dasar untuk menyusun item-item instrumen kuesioner yang berupa pertanyaan dan pernyataan. Indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel:

Tabel 3. 2 Indikator dan Sub Indikator *E-Service quality*

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Efisiensi	Situs Yang Mudah	1	ESQL1
Pemenuhan Janji	Memenuhi Informasi	2	ESQL2
Ketersediaan Sistem	Fungsi Teknis Situs	3	ESQL3
Privasi	Keamanan Transaksi	4	ESQL4
Jaminan/Kepercayaan	Keamanan Data Nasabah	5	ESQL5
Tampilan Situs	Penampilan Aplikasi	6	ESQL6

Sumber: Suryani (2017:165)

Tabel 3. 3 Indikator dan Sub Indikator *E-Satisfaction*

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Convenience	Waktu Transaksi	7	ESTS1
Merchandising	Kualitas Informasi	8	ESTS2
Site Design	Tampilan Layar	9	ESTS3
Security	Keamanan Data Transaksi	10	ESTS4
Serviceability	Jenis Produk	11	ESTS5

Sumber: Ranjbarian et.al., (2012)

Tabel 3. 4 Indikator dan Sub Indikator *E-Trust*

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Kemampuan	Keamanan Transaksi	12	ETRS1
Kebaikan Hati	Perhatian yang Besar	13	ETRS2
Integritas	Transaksi Tercatat Akurat	14	ETRS3

Sumber: Mahdyvianra et.al., (2021)

Tabel 3. 5 Indikator dan Sub Indikator *E-Loyalty*

Indikator	Sub Indikator	Item	Kode
Cognitive	Preferensi	15	ELYL1
Affective	Mereferensikan	16	ELYL2
Conative	Mengunjungi Aplikasi Kembali	17	ELYL3
Action	Selalu Menggunakan Aplikasi	18	ELYL4

Sumber: Jeon dan Jeong (2017)

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Statistik Deskriptif

3.5.1.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui jumlah responden yang telah dibagi sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin, status) dan juga karakteristik responden (transaksi yang sering digunakan dan juga kapan terakhir menggunakan BSI *Mobile*). Deskripsi responden akan ditampilkan dalam bentuk tabel.

3.5.1.2 Analisis Jawaban Responden

Deskripsi variabel dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel *e-service quality, e-satisfaction, e-trust* dan *e-loyalty* dengan menggunakan analisis indeks. Menurut Ferdinand (2014:231), untuk menghasilkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai indeks kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method*. Angka indeks menunjukan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan *three box method*, maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga rentang untuk setiap bagian sebesar 26, kemudian rentang tersebut dapat digunakan sebagai daftar interpretasi indeks berikut:

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik skoring dalam penelitian ini menggunakan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, sehingga perhitungan *indeks* jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Nilai *indeks* = [(%F1*1) + (%F2*2) + (%F3*3) + (%F4*4) + (%F5*5)] / 5.

Keterangan:

F1: Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2: Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3: Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4: Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5: Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

3.5.2 Analisis Jalur

Dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis). Menurut Supardi (2013:271), analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi berganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antar variabel $\boldsymbol{X_1}$, $\boldsymbol{X_2}$, $\boldsymbol{X_3}$ terhadap Y serta dampaknya terhadap Z. Analisis jalur mempunyai tujuan, yaitu untuk menerangkan pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas dengan seperangkat variabel terikat, Supardi (2013:272).

Dalam analisis jalur terdapat beberapa konsep dan istilah dasar menurut Supardi (2013:273) yaitu sebagai berikut:

1. Model Jalur

   Model jalur merupakan suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung. Pola hubungan ditunjukan dengan menggunakan anak panah. Anak panah-anak panah tunggal menunjukan hubungan sebab akibat antara variabel-variabel eksogen atau perantara dengan variabel tergantung atau lebih. Anak panah juga menghubungkan

kesalahan (variabel residu) dengan semua setiap variabel endogen. Anak panah ganda menunjukan korelasi antar pasangan variabel-variabel.

2. Variabel Eksogen

   Variabel eksogen merupakan variabel-variabel yang tidak ada penyebab eksplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak panah yang menuju ke arahnya, selain bagian kesalahan pengukuran. Dan jika antara variabel eksogen dikorelasikan maka korelasi tersebut ditunjukan dengan anak panah dengan kepala dua yang menghubungkan antar variabel tersebut.

3. Variabel Endogen

   Variabel endogen adalah variabel yang mempunyai anak-anak panah menuju ke arah variabel tersebut. Variabel yang termasuk didalamnya adalah mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara endogen mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya dan dari arah variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Sedangkan variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya.

4. Variabel Laten

   Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Pengamatan variabel tersebut dapat diamati melalui variabel manifesnya. Variabel manifes adalah variabel indikator terukur yang dapat diobservasi secara langsung untuk mengukur variabel laten.

5. Variabel Mediasi

   Variabel mediasi merupakan variabel yang secara teoritik mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung. Variabel ini merupakan variabel penyala/antara variabel independen dengan variabel dependen sehingga variabel independen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel dependen.

   Sedangkan Sugiyono (2018: 59) menyatakan variabel mediasi adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Variabel ini sebagai penyela atau antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak langsung mempengaruhi

berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Adapun syarat efek mediasi yang dipenuhi oleh koefisien jalur yang signifikan, dalam pengambilan kesimpulan mengenai mediasi adalah sebagai berikut (Sholihin dan Ratmono, 2013) :

a. Jika koefisien jalur dari hasil estimasi signifikan dan tidak berubah maka hipotesis mediasi tidak didukung.
b. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun tetapi signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian (*partial mediation*).
c. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh (*full mediation*).

Menurut Sholihin (2013:204), pengaruh tidak langsung ini diperoleh dengan formula pengaruh variabel independen pada variabel mediasi dikalikan dengan pengaruh variabel mediasi pada variabel dependen.

Data yang sudah dikumpulkan lalu diolah menggunakan alat bantu berupa program komputer yaitu dengan menggunakan *software* WarpPls 8.0. Selanjutnya data disajikan dalam bentuk tabel dan diagram dengan tujuan supaya output data dapat disajikan secara ringkas. Alat analisis data yang digunakan adalah PLS *(Partial Least Square)*. PLS adalah analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat mengerjakan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas, sedangkan model struktural digunakan untuk melakukan uji kausalitas, yaitu pengujian hipotesis dengan model prediksi. Adapun terdapat tiga tahapan dari analisis PLS dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

a. Analisis Outer Model
b. Analisis Inner Model
c. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Outer Model

Dalam *outer model* setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten diukur menggunakan indikator-indikator yang bersifat reflektif. Berikut adalah uji pada *outer model* atau evaluasi model pengukuran reflektif (Ghozali, 2014:54) :

1. *Loading* Faktor

   Nilai *loading* faktor adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai *loading* faktor harus di atas 0,70. Menurut Haryono (2017:372), nilai loading factor ≥ 0.7 dikatakan ideal, artinya indikator tersebut valid mengukur konstruk yang dibentuknya, dalam pengalaman empiris penelitian, nilai loading factor ≥ 0.5 masih dapat diterima, bahkan sebagian ahli mentolerir angka 0.4, dengan demikian nilai loading factor ≤ 0.4 harus dikeluarkan dari model. Dalam beberapa kasus, sering syarat *loading* di atas 0,70 sering tidak terpenuhi khususnya untuk kuesioner yang baru dikembangkan. Oleh karena itu, loading antara 0,40-0,70 harus tetap dipertimbangkan untuk tetap dipertahankan (Hair et.al., 2021)

2. *Composite Reliability*

   Composite Reliability mengukur internal consistency dan nilainya harus di atas 0,60

3. *Validitas Diskriminan*

   Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten

4. *Cross Loading*

   Merupakan ukuran lain dari validitas diskriminan. Diharapkan setiap blok indikator memiliki loading lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk variabel laten lainnya.

b. Analisis Inner Model

Analisis *inner model* atau analisis *structural model* merupakan analisis yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory* (Ghozali, 2014:41). Evaluasi *inner model* dapat dilihat dari indikator-indikator berikut ini :

1. Uji kecocokan model (*model fit*)

   Uji kecocokan model digunakan untuk mengetahui apakah model yang diajukan sudah sesuai (*fit*) atau memiliki kecocokan dengan data. Dalam uji kecocokan model terdapat tiga pengujian indeks yaitu *average path confficient* (APC), *average R-Square* (ARS) dan *average varians factors* (AVIV). APC dan ARS diterima dengan syarat p-value lebih kecil dari 0,50 dan AVIV lebih kecil dari 5.

2. Koefisien determinasi (R^2)

   Menurut Ghozali (2014:76), koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen menggunakan koefisien determinan. Hasil R^2 sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengidentifikasi bahwa model kuat, moderate dan lemah.

3. Q-*square*

   Model juga harus dievaluasi dengan melihat hasil dari Q-*square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. Q-*square* digunakan untuk mengukur seberapa baik nilai observasi yang dihasilkan oleh model dan estimasi parameternya. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, yang artinya semakin mendekati 1 model semakin baik. Nilai $Q^2 > 0$ berarti model mempunyai prediktif relevansi, sedangkan nilai $Q^2 < 0$ berarti model kurang mempunyai prediktif relevansi. Perhitungan Q^2 total menggunakan rumus:

   $Q^2 = 1-(1 - R1^2)\,(1 - R2^2)$..... (Chin, 1998:43)

c. Uji Hipotesis

Setelah melakukan analisis *outer model* dan *inner model*, tahap terakhir dari analisis PLS yaitu uji hipotesis. Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independen dan dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis jalur (*path coefficient*) atau model yang sudah dibuat. Hasil korelasi antar konstrusi diukur dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya yang kemudian dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk mengetahui hasil dari uji hipotesis secara simultan *path coefficient* digunakan untuk melihat seberapa besar nilai masing-masing koefisien jalur.

Hipotesis yang diajukan dapat diterima ataupun ditolak, secara statistik dapat dihitung dengan tingkat signifikansinya. Dalam penelitian ini tingkat signifikan yang dipakai adalah sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak hipotesis yang diajukan. Probabilitas *value* atau nilai peluang merupakan nilai yang menunjukan peluang sebuah data untuk digeneralisasikan dalam populasi yaitu keputusan yang benar adalah sebesar 95% dan peluang keputusan yang salah adalah sebesar 5%.

H_0 ditolak, p-value< 0,05

H_0 diterima, p-value≥0,05

Pada pengujian hipotesis pengaruh tidak langsung langkah pertama yang dilakukan yaitu dengan menguji pengaruh langsung variabel independen terhadap variabel dependen dan hasilnya harus signifikan. Kemudian langkah kedua yaitu menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel mediasi dan hasilnya harus signifikan. Lalu langkah ketiga yaitu menguji secara bersama-sama (simultan) pengaruh efek utama dan pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen yang diharapkan efek utama ini manjadi tidak signifikan, sedangkan pengaruh variabel mediasi terhadap variabel dependen harus signifikan.

Pengaruh Langsung:

$H_0.1$: *E-service quality* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction* nasabah.

$H_a.1$: *E-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction* nasabah.

$H_0.2$: *E-service quality* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_a.2$: *E-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_0.3$: *E-service quality* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-trust* nasabah.

$H_a.3$: *E-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-trust* nasabah.

$H_0.4$: *E-trust* berpengaruh tidak langsung terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_a.4$: *E-trust* berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_0.5$: *E-satisfaction* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_a.5$: *E-satisfaction* berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty* nasabah.

Pengaruh Tidak Langsung:

$H_0.6$: *E-trust* tidak memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_a.6$: *E-trust* memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_0.7$: *E-satisfaction* tidak memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* nasabah.

$H_a.7$: *E-satisfaction* memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* nasabah.