

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA
APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**

Oleh:

Naufal Luthfi Alifa

NIM: 1608203146



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

1441 H/2020 M

**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA
APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon)**

SKRIPSI

The logo of IAIN Syekh Nurjati Cirebon is a green shield-shaped emblem with a yellow border. It features a central figure of a person with arms raised, flanked by two palm trees. Below the figure are two stacks of books. The entire emblem is set against a light green background.

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**

Oleh:

Naufal Luthfi Alifa

NIM: 1608203146

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
SYEKH NURJATI CIREBON**

2020

ABSTRAK

NAUFAL LUTHFI ALIFA. NIM: 1608203146. “PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)”, 2020.

Digitalisasi merambah seluruh lini kehidupan manusia, termasuk sistem pembayaran. Alat pembayaran di Indonesia mengalami evolusi dari sistem barter barang, lalu dikenal uang tunai, dan berkembanglah alat pembayaran non tunai berbasis kertas dan kartu, serta uang elektronik berbasis *chip* dan *server*. Aplikasi dompet digital DANA merupakan salah satu penyelenggara uang elektronik berbasis *server* yang menjadikan kemudahan penggunaan dan keamanan transaksi sebagai stimulus dalam menarik dan mempertahankan loyalitas penggunanya. Namun masih banyak pengguna dan calon pengguna yang tidak percaya pada merek aplikasi dompet digital ini, melihat pengguna aktif DANA yang masih sedikit dibandingkan dengan jumlah pengguna internet Indonesia dan jumlah uang elektronik beredar selama 2018-2019. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara kemudahan dan keamanan terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* sebagai variabel *intervening*.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, dengan model analisis menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon Tahun Akademik 2019-2020. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan total 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran angket melalui *google* formulir, dan teknik analisis data menggunakan bantuan SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh langsung antara kemudahan terhadap *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA sebesar 0,625. Terdapat pengaruh langsung antara keamanan terhadap *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA sebesar 0,258. Terdapat pengaruh tidak langsung antara kemudahan terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA sebesar 0,194. Terdapat pengaruh tidak langsung antara keamanan terhadap *brand loyalty* melalui *brand trust* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA sebesar 0,080. Terdapat pengaruh langsung antara *brand trust* terhadap *brand loyalty* pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam pengguna aplikasi dompet digital DANA sebesar 0,311.

Kata kunci: *Kemudahan, Keamanan, Brand Trust, Brand Loyalty, Dompet Digital.*

ABSTRACT

NAUFAL LUTHFI ALIFA. NIM: 1608203146. "THE EFFECT OF CONVENIENCE AND SECURITY ON BRAND LOYALTY THROUGH BRAND TRUST ON DANA DIGITAL WALLET APPLICATION USERS (A CASE STUDY ON STUDENTS OF SHARIA AND ISLAMIC ECONOMY FACULTY IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)", 2020.

Digitization penetrates all lines of human life, includes the payment system. Payment instruments in Indonesia had evolved from the bartering system, cash, non-cash payment instruments (paper-based and card-based), and electronic money (chip-based and server-based). DANA is a digital wallet application, one of many server-based electronic money provider in Indonesia that makes convenience (ease of use) and transaction security as the stimulus to attract and maintain the loyalty of its user. However, there are still many users and potential users who do not believe in the brand of this digital wallet application, seeing that DANA's active users are still small compared to the number of Indonesian internet users and the amount of electronic money's circulation during 2018-2019. This study aims to determine the direct and indirect effect of convenience and security on brand loyalty through brand trust as an intervening variable.

This research uses quantitative methods, with path analysis as the analysis model. The population of this study is students of Sharia and Islamic Economy Faculty IAIN Syekh Nurjati Cirebon Academic Year 2019-2020. The sampling technique uses non probability sampling with a total of 100 respondents. Data collection techniques uses questionnaire distribute via google forms, and data analysis techniques uses SPSS version 21.

The results showed that there is a direct influence between convenience and brand trust on students of Sharia and Islamic Economy Faculty who use the DANA digital wallet application of 0.625. There is a direct influence between security and brand trust on students of Sharia and Islamic Economy Faculty who use the DANA digital wallet application of 0.258. There is an indirect effect between convenience and brand loyalty through brand trust on students of Sharia and Islamic Economy Faculty who use the DANA digital wallet application of 0.194. There is an indirect effect between security and brand loyalty through brand trust on students of Sharia and Islamic Economy Faculty who use the DANA digital wallet application of 0.080. There is a direct influence between brand trust and brand loyalty on students of Sharia and Islamic Economy Faculty who use the DANA digital wallet application of 0.311.

Keywords: Convenience, Security, Brand Trust, Brand Loyalty, Digital Wallet.

الملخص

نوفل لطفي عالفة. رقم: ١٦٠٨٢٠٣١٤٦. "تأثير الراحة والأمن على ولاء العلامة التجارية من خلال الثقة بالعلامة التجارية في مستخدمي تطبيق المحفظة الرقمية DANA (دراسة حالة عن طلاب كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي بجامعة الحكومية الإسلامية شيخ نورجاتي شيربون)" ٢٠٢٠.

الرقمنة لكل تخترق جميع شريان الحياة الإنسان، بما في ذلك أنظمة الدفع. وتشهد أدوات الدفع في إندونيسيا تطور نظام المقايضة للسلع، الذي كان يعرف آنذاك بالنقود، وتطوير أدوات الدفع غير النقدية الورقية والبطاقة، فضلا عن النقود الإلكترونية القائمة على الخادم. تطبيق المحفظة الرقمية DANA هو أحد مشغلي الأموال الإلكترونية القائمة على الخادم التي تجعل سهولة استخدام المعاملات وأمنها حافزاً لجذب والحفاظ على ولاء مستخدميها. ومع ذلك، لا يزال هناك العديد من المستخدمين والمستخدمين المحتملين الذين لا يؤمنون بهذه العلامة التجارية لتطبيق المحفظة الرقمية، حيث يرون عدداً صغيراً من مستخدمي DANA النشطين مقارنة بعدد مستخدمي الإنترنت الإندونيسيين ومقدار الأموال الإلكترونية المتداولة خلال ٢٠١٨-٢٠١٩. يهدف هذا البحث إلى معرفة التأثير المباشر وغير المباشر بين الراحة والسلامة على ولاء العلامة التجارية من خلال الثقة بالعلامة التجارية كمتغير متدخل.

وقد أجري هذا البحث عن طريق الطريقة الكمية، مع نموذج تحليل باستخدام تحليل المسار. عدد سكان هذه الدراسة طلاب كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي الشيخ نورجاتي شيربون السنة الأكاديمية ٢٠١٩-٢٠٢٠. تقنية أخذ العينات باستخدام أخذ العينات غير الاحتمالية مع ما مجموعه مائة مجيب. تستخدم تقنيات جمع البيانات انتشار استطلاعات الرأي من خلال نماذج Google، وتقنيات تحليل البيانات باستخدام مساعدة SPSS الإصدار ٦١.

وأظهرت النتائج أن هناك تأثير مباشر بين سهولة ثقة العلامة التجارية على طلاب كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي المستخدمين لتطبيق المحفظة الرقمية DANA 0.625 هناك تأثير مباشر بين الأمن على الثقة بالعلامة التجارية على طلاب كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي المستخدمين من تطبيق محفظة DANA الرقمية من 0.258. هناك تأثير غير مباشر بين سهولة الولاء للعلامة التجارية من خلال الثقة بالعلامة التجارية على طلاب كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي مستخدمي تطبيق محفظة DANA الرقمية من 0.194. هناك تأثير غير مباشر بين الأمن للولاء للعلامة التجارية من خلال الثقة بالعلامة التجارية على طلاب كلية الشريعة والاقتصاد الإسلامي مستخدمي تطبيق محفظة DANA الرقمية من 0.080. هناك تأثير مباشر بين ثقة العلامة التجارية على ولاء العلامة التجارية في طلاب كلية الشريعة والمستخدمين في الاقتصاد الإسلامي لتطبيق محفظة DANA الرقمية التي تصل إلى 0.311.

الكلمات الرئيسية: الراحة، الأمن، ثقة العلامة التجارية، ولاء العلامة التجارية، المحفظة الرقمية.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

SKRIPSI

**“PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP
BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA
APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH EKONOMI
ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)”**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Jurusan Perbankan Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Oleh:

NAUFAL LUTHFI ALIFA

NIM: 1608203146

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II



Diana Djuwita, MM

NIP. 19800314 200801 2 018



Abdul Eatakh, SHL., SH., M.Hum

NIP. 19790114 2011411 1 001

Mengetahui,
Ketua Jurusan Perbankan Syariah



Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

NOTA DINAS

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Syekh Nurjati Cirebon
di
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.


Setelah melakukan bimbingan, koreksi dan arahan terhadap penulisan skripsi saudara/i **NAUFAL LUTHFI ALIFA**, NIM: **1608203146** dengan judul **"PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH EKONOMI ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)"**. Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II


Diana Djuwita, MM

NIP. 19800314 200801 2 018


Abdul Fatakh, SHI., SH., M.Hum

NIP. 19790114 2011411 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

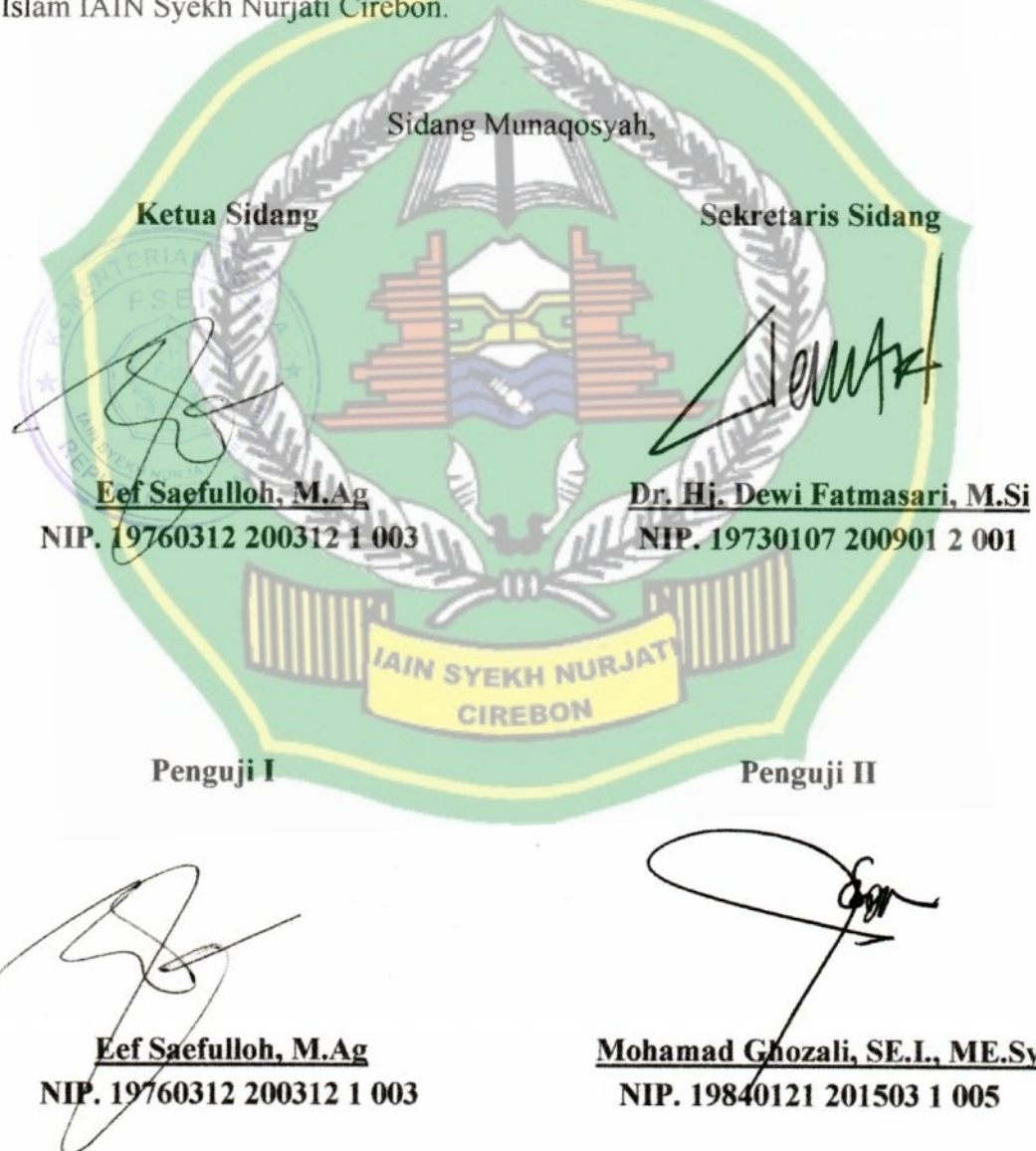

Eef Saefulloh, M.Ag

NIP. 19760312 200312 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul: **“PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP *BRAND LOYALTY* MELALUI *BRAND TRUST* PADA PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH EKONOMI ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)”**, oleh **NAUFAL LUTHFI ALIFA (NIM: 1608203146)**, telah diajukan dalam sidang munaqosyah IAIN Syekh Nurjati Cirebon pada hari Selasa tanggal 10 November 2020 dihadapan dewan penguji dan dinyatakan **LULUS**.

Skripsi telah diterima sebagai salah satu syarat mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon.



PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naufal Luthfi Alifa

NIM : 1608203146

Tempat, tanggal lahir : Cirebon, 25 Desember 1997

Alamat : Bumi Arum Sari Jl. Palem V No. 114 A RT. 02/13 Desa
Cirebon Girang Kec. Talun Kab. Cirebon 45171

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH EKONOMI ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)”**, ini beserta isinya adalah benar-benar hasil pemikiran dan karya saya sendiri. Seluruh ide, pemikiran dan teori-teori dari sumber telah saya kutip sesuai dengan petunjuk referensi yang baik dan benar.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 29 November 2020

Saya yang menyatakan,



NAUFAL LUTHFI ALIFA

NIM: 1608203146

KATA PERSEMBAHAN

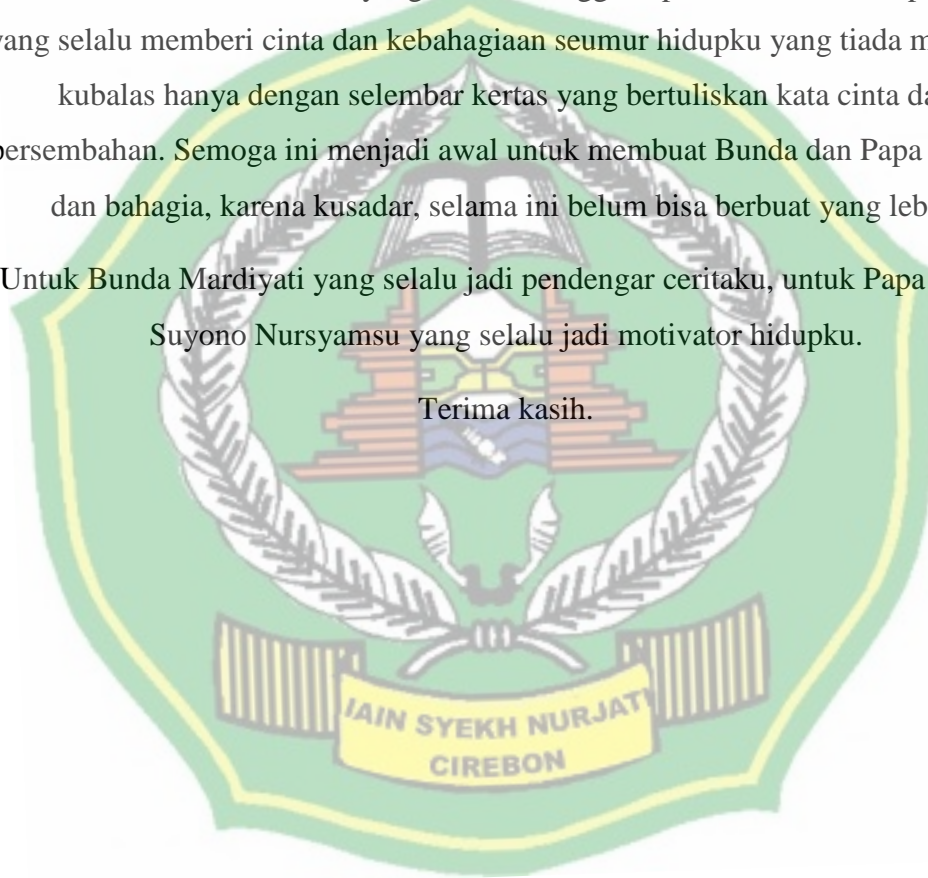
Alhamdulillah Rabbi' Alamiin.

Tak terkira bahagiannya telah lahir dari orang tua yang begitu hebat, yang bekerja sama agar diriku tumbuh menjadi manusia dewasa yang bermartabat dan bertanggung jawab.

Dengan hati yang tulus kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tiada terhingga kepada Bunda dan Papa, sosok yang selalu memberi cinta dan kebahagiaan seumur hidupku yang tiada mungkin kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Semoga ini menjadi awal untuk membuat Bunda dan Papa bangga dan bahagia, karena kusadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih.

Untuk Bunda Mardiyati yang selalu jadi pendengar ceritaku, untuk Papa Cecep Suyono Nursyamsu yang selalu jadi motivator hidupku.

Terima kasih.



MOTTO

*“HOW YOU MAKE OTHERS FEEL ABOUT THEMSELVES,
SAYS A LOT ABOUT YOU”*



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama : Naufal Luthfi Alifa
NIM : 1608203146
Tempat, tanggal lahir : Cirebon, 25 Desember 1997
Alamat : Bumi Arum Sari Jl. Palem V
No. 114 A RT. 02/13 Desa
Cirebon Girang Kec. Talun
Kab. Cirebon 45171



Nama Ayah : Cecep Suyono Nursyamsu

Nama Ibu : Mardiyati

Pendidikan formal yang pernah ditempuh:

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal Kota Medan pada tahun 2004
2. SDN 2 Beber Kab. Cirebon pada tahun 2010
3. SMPN 11 Kota Cirebon pada tahun 2013
4. SMAN 7 Kota Cirebon pada tahun 2016

Penulis mengikuti program S-1 pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Perbankan Syariah dan mengambil judul skripsi “**PENGARUH KEMUDAHAN DAN KEAMANAN TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND TRUST PADA PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS SYARIAH EKONOMI ISLAM IAIN SYEKH NURJATI CIREBON)**” dibawah bimbingan Ibu Diana Djuwita, MM dan Bapak Abdul Fatakh SHI., SH., M.Hum.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Swt. yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga laporan penelitian skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemudahan dan Keamanan terhadap *Brand Loyalty* melalui *Brand Trust* pada Pengguna Aplikasi Dompot Digital DANA (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Syariah Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon)”** ini dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya.

Sholawat serta salam senantiasa tercurah kepada baginda kita Nabi Muhammad SAW karena berkat perjuangan beliau kita dapat merasakan manfaat dari ilmu pengetahuan yang berlandaskan iman dan islam dalam kehidupan kita.

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk melengkapi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi dalam Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Syariah Ekonomi Islam di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Pelaksanaan penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Swt., yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan dalam setiap proses penulisan skripsi ini.
2. Ibunda Mardiyati dan Ayahanda Cecep Suyono Nursyamsu, yang tiada hentinya memberikan kasih sayang dan doa sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar.
3. Bapak Dr. H. Sumanta, M. Ag, selaku Rektor IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
5. Bapak Eef Saefulloh, M.A., selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah
6. Ibu Hj. Dewi Fatmawari, M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
7. Bapak Prof. Dr. H. Abdus Salam DZ MM., selaku dosen pembimbing akademik.

8. Ibu Diana Djuwita, MM. dan Bapak Abdul Fatakh, SHI., SH., M.Hum., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Seluruh Dosen Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon, yang telah memberi banyak ilmu selama masa perkuliahan.
10. Kedua adik tersayang, yang luar biasa manis dan pintar, Nazwa Laureld Akyla dan Neo Lawrance Abia, atas keceriaan dan semangat yang tidak pernah absen diberikan setiap harinya.
11. Teman-teman seperjuangan kelas Perbankan Syariah D angkatan 2016, terutama Ade Oktaviani Muis, Nita Fatimah, dan Marin Amarina Putri, yang telah banyak mendukung selama masa kuliah, menemani hari-hari di kampus, dan memberi banyak kenangan menyenangkan serta pengalaman berharga.
12. Teman-teman kamar 308 Mahad Al-Jami'ah, tim KKN 69 Desa Jubang, dan rekan PKL BJB Syariah KCP Sumber, atas bantuan, pelajaran, dan pengalaman sekali seumur hidup yang diberikan pada momen-momen penting nan bersejarah dalam perjalanan kuliah.
13. Teman-teman terbaik, Aulia Rahim, Reyhani Lazza Firdaus, dan Fazrin Azzura, yang selalu siap dan sabar mendengar segala cerita, baik senang maupun sedih, yang tiada henti memberikan *mental support* selama bertahun-tahun lamanya.
14. *Artist of my life*, BTS, yang karya-karyanya selalu menghibur hati, memotivasi diri, dan menginspirasi setiap hari untuk jadi pribadi yang lebih baik lagi.

Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, dihaturkan banyak terima kasih dan semoga semua amal baik diterima dan mendapatkan balasan pahala dari Allah Swt. Aamiin.

Cirebon, November 2020

Penyusun

Naufal Luthfi Alifa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
الملخص	iv
PERSETUJUAN PEMBIMBING	v
NOTA DINAS	vi
LEMBAR PENGESAHAN	vii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	viii
KATA PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
RIWAYAT HIDUP PENULIS	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
PEDOMAN TRANSLITERASI	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	13
1. Identifikasi Masalah	13
2. Pembatasan Masalah	14
3. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	15
1. Tujuan Penelitian	15
2. Kegunaan Penelitian	15
a. Secara Teoritis	15
b. Secara Praktis	16
D. Sistematika Penulisan	16
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Kajian Pustaka	17
1. Aplikasi Dompert Digital	17
2. DANA	22
3. <i>Brand</i> (Merek)	27
4. <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas terhadap Merek)	17
5. <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan terhadap Merek)	17
6. Keamanan	34
7. Kemudahan	36
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Pemikiran	40
1. Hubungan Kemudahan dengan <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Loyalty</i>	41
2. Hubungan Keamanan dengan <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Loyalty</i>	42

3. Hubungan <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Loyalty</i>	42
D. Hipotesis Penelitian	44
BAB III METOLOGI PENELITIAN	45
A. Tempat dan Waktu Penelitian	45
1. Tempat Penelitian	45
2. Waktu Penelitian	45
B. Metode Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel	46
1. Populasi	46
2. Sampel	46
D. Definisi Operasional Variabel	47
1. Variabel-Variabel Penelitian	47
a. Variabel Eksogen	47
b. Variabel <i>Intervening</i>	48
c. Variabel Endogen	48
2. Operasional Variabel	48
E. Data Penelitian	51
1. Jenis dan Sumber Data	51
a. Sumber Data Primer	51
b. Sumber Data Sekunder	51
2. Teknik Pengumpulan Data	51
a. Studi Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	51
b. Studi Lapangan Objek (<i>Field Research</i>)	52
F. Teknik Analisis Data	52
1. Uji Deskripsi	53
2. Instrumen Penelitian	53
a. Uji Validitas	53
b. Uji Reliabilitas	53
3. Uji Asumsi Dasar	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Linearitas	54
4. Uji Asumsi Klasik	54
a. Uji Multikolinearitas	54
b. Uji Heterokedastisitas	55
5. Uji Hipotesis	55
a. Uji Parsial dengan <i>t-test</i>	55
b. Uji Simultan dengan <i>F-test</i>	56
c. Uji Koefisien Determinasi	57
6. Uji Model Analisis Jalur	57
7. Uji Mediasi	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	60
A. Hasil Penelitian	60
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	60
a. Profil dan Sejarah Singkat IAIN Syekh Nurjati Cirebon	60
b. Visi, Misi, dan Tujuan IAIN Syekh Nurjati Cirebon	61
c. Profil dan Sejarah Singkat Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon	61

d. Visi, Misi, dan Tujuan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon	62
2. Karakteristik Responden	63
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	64
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Semester	65
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Menjadi Pengguna Aplikasi Dompot Digital DANA	66
3. Deskripsi Data Penelitian	67
a. Deskripsi Variabel Kemudahan (X_1)	67
b. Deskripsi Variabel Keamanan (X_2)	70
c. Deskripsi Variabel <i>Brand Trust</i> (Y_1)	72
d. Deskripsi Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Y_2)	73
4. Hasil Uji Instrumen Penelitian	75
a. Hasil Uji Validitas	75
b. Hasil Uji Reliabilitas	77
5. Hasil Uji Asumsi Dasar	77
a. Hasil Uji Normalitas	77
b. Hasil Uji Linearitas	80
6. Hasil Uji Asumsi Klasik	81
a. Hasil Uji Multikolinearitas	81
b. Hasil Uji Heterokedastisitas	82
7. Hasil Uji Hipotesis	85
a. Hasil Uji Parsial dengan <i>t-test</i>	85
b. Hasil Uji Simultan dengan <i>F-test</i>	87
c. Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
8. Hasil Uji Model Analisis Jalur	92
a. Interpretasi Analisis Jalur Persamaan Sub-Struktur I	92
b. Interpretasi Analisis Jalur Persamaan Sub-Struktur II	93
c. Korelasi Antara Variabel Eksogen	95
d. Hasil Analisis Jalur	98
9. Perhitungan Pengaruh	99
a. Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	99
b. Pengaruh Tidak Langsung (<i>Indirect Effect</i>)	99
c. Pengaruh Total (<i>Total Effect</i>)	100
10. Uji Mediasi	100
B. Pembahasan Penelitian	103
1. Pengaruh Kemudahan Terhadap <i>Brand Trust</i>	103
2. Pengaruh Keamanan Terhadap <i>Brand Trust</i>	104
3. Pengaruh Kemudahan Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	105
4. Pengaruh Keamanan Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	107
5. Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	108
BAB V PENUTUP	110
A. Kesimpulan	110
B. Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1	Dua puluh Negara dengan Pengguna Internet Terbanyak	1
1.2	Rangkuman Jawaban Pra Penelitian terhadap 90 Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon	12
2.1	Daftar Penyelenggara Uang Elektronik yang Telah Memperoleh Izin dari Bank Indonesia Per 24 Oktober 2019	18
3.1	Data Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam TA 2019/2020	46
3.2	Definisi Operasional Variabel	49
4.1	Responden Menurut Jenis Kelamin	64
4.2	Responden Menurut Jurusan	64
4.3	Responden Menurut Semester	65
4.4	Responden Menurut Durasi Menjadi Pengguna Aplikasi Dompet Digital DANA	66
4.5	Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Kemudahan	67
4.6	Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel Keamanan	70
4.7	Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Trust</i>	72
4.8	Frekuensi Jawaban Responden Pada Variabel <i>Brand Loyalty</i>	73
4.9	Hasil Uji Validitas	76
4.10	Hasil Uji Reliabilitas	77
4.11	Hasil Uji Normalitas <i>Kolgomorov-Smirnov Test</i>	78
4.12	Hasil Uji Linearitas	80
4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.14	Hasil Uji Heterokedastisitas dengan <i>Glejser</i>	83
4.15	Hasil Uji Parsial dengan <i>t-test</i> Variabel <i>Brand Trust</i> (Persamaan Sub-Struktur I)	86
4.16	Hasil Uji Parsial dengan <i>t-test</i> Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Persamaan Sub-Struktur II)	87
4.17	Hasil Uji Simultan dengan <i>F-test</i> Variabel <i>Brand Trust</i> (Persamaan Sub-Struktur I)	89
4.18	Hasil Uji Simultan dengan <i>F-test</i> Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Persamaan Sub-Struktur II)	90
4.19	Hasil Uji Koefisien Determinas Variabel <i>Brand Trust</i> (Persamaan Sub-Struktur I)	91
4.20	Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Persamaan Sub-Struktur II)	91
4.21	Hasil Uji <i>Model Summary</i> Variabel <i>Brand Trust</i> (Persamaan Sub-Struktur I)	92
4.22	Hasil Uji <i>Coefficients</i> Variabel <i>Brand Trust</i> (Persamaan Sub-Struktur I) ...	92
4.23	Hasil Uji <i>Model Summary</i> Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Persamaan Sub-Struktur II)	94
4.24	Hasil Uji <i>Coefficients</i> Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Persamaan Sub-Struktur II)	94
4.25	Korelasi Antar Variabel Eksogen Kemudahan dan Keamanan	95
4.26	Ringkasan Hasil Analisis Jalur	97

DAFTAR GAMBAR

1.1	Daftar <i>E-Wallet</i> Terpopuler di Indonesia Berdasarkan Pengguna Aktif Bulanan	5
1.2	Daftar <i>E-Wallet</i> Terpopuler di Indonesia Berdasarkan Jumlah Download .	6
1.3	Logo Aplikasi Dompot Digital DANA	7
2.1	Beranda Aplikasi DANA	24
2.2	Profil Saya Aplikasi DANA	24
2.3	Infografis dan Artikel DANA	25
2.4	Feed Aplikasi DANA	25
2.5	Kerangka Pemikiran	43
3.1	Diagram Jalur Pengaruh Variabel Kemudahan dan Keamanan terhadap <i>Brand Loyalty</i> Secara Langsung dan Secara Tidak Langsung Melalui Variabel <i>Brand Trust</i>	58
3.2	Diagram Uji Mediasi	59
4.1	Hasil Uji Normalitas <i>Normal Probability Plot</i> (Persamaan Sub-Struktur I)	79
4.2	Hasil Uji Normalitas <i>Normal Probability Plot</i> (Persamaan Sub-Struktur II)	79
4.3	Hasil Uji Heterokedastisitas <i>Scatterplot</i> (Persamaan Sub-Struktur I)	84
4.4	Hasil Uji Heterokedastisitas <i>Scatterplot</i> (Persamaan Sub-Struktur II)	84
4.5	Diagram Jalur Kemudahan, Keamanan dan <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Brand Loyalty</i>	97
4.6	Uji Mediasi Pengaruh Kemudahan terhadap <i>Brand Loyalty</i> dimediasi <i>Brand Trust</i>	101
4.7	Uji Mediasi Pengaruh Keamanan terhadap <i>Brand Loyalty</i> dimediasi <i>Brand Trust</i>	102



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Pra Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden Pra Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Data Pra Penelitian
- Lampiran 4 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5 Data Responden
- Lampiran 6 Tabulasi Data
- Lampiran 7 Hasil *Output* Uji Instrumen Penelitian
- Lampiran 8 Hasil *Output* Uji Asumsi Dasar
- Lampiran 9 Hasil *Output* Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10 Hasil *Output* Uji Hipotesis
- Lampiran 11 Hasil *Output* Uji Model Analisis Jalur
- Lampiran 12 Tabel r
- Lampiran 13 Tabel t
- Lampiran 14 Tabel F
- Lampiran 15 SK Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
- Lampiran 16 Surat Pengantar Penelitian
- Lampiran 17 Foto Dokumentasi



PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini disajikan daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	a		Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	a		Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin		Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	a		Es (dengan titik dibawah)
ض	ad		De (dengan titik dibawah)
ط	a		Te (dengan titik dibawah)
ظ	a		Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	–‘	koma terbalik (didas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki

ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti bahasa Indonesia terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *difong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya atau harakat, transliterasinya sebagai berikut :

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	Fathah	A	A
— /	Kasrah	I	I
◌ ◌	Dammah	U	U

Contoh :

كَتَبَ = *kataba*

سُئِلَ = *su'ila*

حَسُنَ = *hasuna*

2. Tunggal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang labangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
— ي /	fathah dan ya	Ai	a dan i
— و /	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh :

كَيْفَ = *kaifa*

قَوْلٌ = *qaula*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يا	fathah dan alif / ya		a dan garis atas
ي	fathah dan ya		i dan garis atas
و	dammah dan wau	Ú	u dan garis atas

Contoh :

قَلَّ سُبْحَانَكَ = *q la subh naka*

إِذْ قَالَ يُوسُفُ لِأَبِيهِ = *iz q la yùsufu li abihi*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua, yaitu *ta marbutah* hidup dan *ta marbutah* mati.

a. Ta Marbutah Hidup

Ta Marbutah yang hidup atau mendapat *harakat fathah, kasrah,* dan *dammah*, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta Marbutah Mati

Ta Marbutah yang mati atau mendapat *harakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

Jika pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu di transliterasikan dengan /h/.

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ = *raudah al-atfal* atau *raudatul atfal*

طَلْحَةُ = *talhah*

5. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda *sayaddah* atau *tasydid*, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi *syaddah* itu.

Contoh :

رَبَّنَا = *rabbana*
 نَعْمَ = *nu' ima*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan . Namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Huruf-huruf *syamsiah* ada empat belas, yaitu:

1.	ت	T	8.	ش	sy
2.	ث		9.	ص	
3.	د	D	10.	ض	
4.	ذ		11.	ط	
5.	ر	R	12.	ظ	
6.	ز	Z	13.	ل	l
7.	س	S	14.	ن	n

Contoh :

أَلدَّهْرُ = *ad-dahru* أَلشُّمْسُ = *asy-syamsu*
 أَلنَّمْلُ = *an-namlu* أَللَّيْلُ = *al-lailu*

b. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai juga dengan bunyinya. Huruf-huruf *qamariah* ada empat belas, yaitu:

1.	ا	a, i, u	8.	ف	F
2.	ب	B	9.	ق	Q
3.	ج	J	10.	ك	K
4.	ح		11.	م	M
5.	خ	Kh	12.	و	W
6.	ع	-'	13.	هـ	H
7.	غ	G	14.	ي	Y

Contoh :

الْقَمَرُ = *al-qamaru* الْفَقْرُ = *al-faqrū*
الْغَيْبُ = *al-gaibu* الْعَيْنُ = *al-'ainu*

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan *apostrof*. Namun, hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Apabila terletak diawal kata, *hamzah* tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa *alif*.

Contoh :

شَيْءٌ = *syai'un* أُمْرٌ = *umirtu*
إِنَّ = *inna* أَكَلٌ = *akala*

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fill* (kata kerja), *isim* (kata benda), dan *haraf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh :

إِبْرَاهِيمُ الْخَلِيلُ = *ibrahim al Khalil* atau *Ibrahimul-Khalil*
بِسْمِ اللَّهِ يَجْرُ بِهَا وَمُرْسَاهَا = *Bissmillahi majraha wa mursaha*

9. Penulisan Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti berlaku dalam Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan, antara lain huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal nama diri dan penulisan kalimat. Apabila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandang.

Contoh :

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ
حُتْمَدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

= *Wa ma Muhammad illa rasul*
= *Alhamdu lillahi rabbil-'alamin*

Penggunaan huruf kapital untuk Allah berlaku jika dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian. kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga huruf dan harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh :

لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

= *Lillahi al-amru jami'an*
= *Wallahu bi kulli syai'in 'alim*

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu, peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid. Untuk maksud ini pada Musyarakah Kerja Ulama Al-Quran tahun 1987/1988 dan tahun 1988/1989 telah dirumuskan konsep. Pedoman praktis tajwid Al-Quran ini sebagai pelengkap Transliterasi Arab-Latin.