

**PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDIASI *DIGITAL BANKING*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
KCP KOTA SUNGAI PENUH**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun Oleh :
MUHAMMAD IQBAL
NPM:221061201146

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2026**

**PERAN KEPERCAYAAN SEBAGAI PEMEDIASI *DIGITAL BANKING*
DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUASAN
NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA
KCP KOTA SUNGAI PENUH**

Muhammad Iqbal

Pembimbing Utama Melifia Liantifa, S.P., M.Si

iqbal09muhammad09@gmail.com, mel.liantifa@gmail.com

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Digital Banking*, *Word of Mouth* dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai Penuh, Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan sebagai pemediasi *Digital Banking* dan *Word of Mouth* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai Penuh. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah *Digital Banking*, *Word of Mouth* dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai penuh, Apakah kepercayaan berperan sebagai pemediasi *Digital Banking* dan *Word of Mouth* terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai Penuh. Sampel menggunakan *non-probability* dengan jumlah responden yang tidak diketahui dan sampel ditentukan dengan metode *convenience sampling* didefinisikan sebagai metode yang diadopsi oleh peneliti di mana mengumpulkan berdasarkan jumlah variabel dengan jumlah 80 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran Kuesioner dengan Skala Likert yang dianalisis dengan metode deskriptif Kuantitatif dan deskriptif Kualitatif seperti uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif dan analisis jalur/*path analysis* dengan pengolahan data menggunakan SPSS 22 for windows. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : *Digital Banking* tidak berpengaruh terhadap kepuasan $0,583 > 0,05$. *Word of Mouth* berpengaruh terhadap kepuasan $0,002 < 0,05$. Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan $0,00 < 0,05$. *Digital Banking* berpengaruh terhadap kepercayaan $0,00 < 0,05$. *Word of Mouth* tidak berpengaruh terhadap kepercayaan $0,489 > 0,05$. Kepercayaan berperan sebagai pemediasi antara *Digital Banking* terhadap kepuasan dengan pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung ($0,242 \geq 0,069$). Kepercayaan tidak berperan sebagai pemediasi *Word of Mouth* terhadap kepuasan dengan pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pengaruh langsung ($-0,038 \leq 0,354$).

Kata kunci : Kepercayaan, *Digital Banking*, *Word of Mouth*, Kepuasan.

**THE ROLE OF TRUST AS A MEDIATOR OF DIGITAL BANKING
AND WORD OF MOUTH ON CUSTOMER SATISFACTION OF
BANK SYARIAH INDONESIA KCP KOTA SUNGAI PENUH**

Muhammad Iqbal

Main Supervisor : Melifia Liantifa, S.P., M.Si

iqbal09muhammad09@gmail.com, mel.liantifa@gmail.com

Management Study Program

Sakti Alam Kerinci College of Economics

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Digital Banking, Word of Mouth and trust on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai Penuh, To determine the effect of trust as a mediator of Digital Banking and Word of Mouth on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai Penuh. The formulation of the problem in this study is Do Digital Banking, Word of Mouth and trust influence customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai Penuh, Does trust play a role as a mediator of Digital Banking and Word of Mouth on customer satisfaction of Bank Syariah Indonesia KCP Kota Sungai Penuh. The sample uses non-probability with an unknown number of respondents and the sample is determined by the convenience sampling method defined as a method adopted by researchers where collecting based on the number of variables with a total of 80 people. Data were collected through the distribution of Questionnaires with a Likert Scale which were analyzed using descriptive quantitative and descriptive qualitative methods such as validity and reliability tests, descriptive analysis and path analysis with data processing using SPSS 22 for windows. Based on the results of the study, it shows that: Digital Banking does not affect satisfaction $0.583 > 0.05$. Word of Mouth affects satisfaction $0.002 < 0.05$. Trust affects satisfaction $0.00 < 0.05$. Digital Banking affects trust $0.00 < 0.05$. Word of Mouth does not affect trust $0.489 > 0.05$. Trust acts as a mediator between Digital Banking and satisfaction with an indirect effect greater than the direct effect ($0.242 \geq 0.069$). Trust does not act as a mediator of Word of Mouth on satisfaction with an indirect effect smaller than the direct effect ($-0.038 \leq 0.354$).

Keywords : Trust, Digital Banking, Word of Mouth, Satisfaction.