

***The Effect of Mobile Banking Service Quality on Loyalty
With Customer Satisfaction As Intervening Variable
For BRI***

By Sintha Yulia Dedari

Abstract

The banking sector has experienced very tight competition which is manifested in the form of competitive creativity and innovation both carried out by government and private banks in attracting customers, so that with the increasing level of competition between banks, banks are increasingly competing - competition to get customers by improving service and performance in an integrated way. optimal. This study aims to determine and analyze the effect of mobile banking service quality on loyalty through customer satisfaction. This study uses a questionnaire in data collection conducted on 110 BRI customers who use the BRImo mobile banking service and live or have activities in Jakarta. The analysis technique uses Smart Partial Least Square (PLS) 4.0. As for the results of this study, 1) mobile banking service quality has a direct and significant effect on customer satisfaction, 2) mobile banking service quality has a direct and significant effect on loyalty, 3) customer satisfaction has a direct and significant effect on loyalty, and 4) mobile banking service quality has a direct and significant effect on loyalty and is mediated by customer satisfaction. This means that good service quality can lead to satisfaction. If the service received or felt by the customer matches or even exceeds customer expectations, then the service is considered to be of high quality and satisfactory. When satisfaction has arisen, customer loyalty will be formed.

Keywords: *service quality, loyalty, and customer satisfaction*

**Pengaruh Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* Terhadap Loyalitas
Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*
Pada Nasabah BRI**

Oleh Sintha Yulia Dedari

Abstrak

Sektor perbankan telah mengalami persaingan yang sangat ketat yang diwujudkan dalam bentuk kreatifitas dan inovasi bersaing baik yang dilakukan oleh bank pemerintah maupun swasta dalam menarik nasabah, sehingga dengan meningkatnya tingkat persaingan antar bank, bank semakin berlomba - lomba untuk mendapatkan nasabah dengan meningkatkan pelayanan dan kinerja secara optimal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan kuesioner dalam pengambilan data yang dilakukan kepada 110 orang nasabah BRI yang menggunakan layanan *mobile banking* BRImo dan berdomisili atau beraktifitas di Jakarta. Teknik analisisnya mempergunakan *Smart Partial Least Square* (PLS) 4.0 Adapun hasil penelitian ini menyatakan, 1) kualitas pelayanan *mobile banking* mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, 2) kualitas pelayanan *mobile banking* mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas, 3) kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas, dan 4) kualitas pelayanan *mobile banking* mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas dan dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Hal ini memiliki arti kualitas pelayanan yang baik dapat menimbulkan kepuasan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelayanan tersebut dianggap berkualitas dan memuaskan. Bila kepuasan sudah timbul, maka akan terbentuk loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, loyalitas, dan kepuasan pelanggan