

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat para industri mengadopsi teknologi sebagai sistem dalam mencapai tujuan. Salah satunya adalah industri perbankan yang memunculkan sebuah inovasi produk digital sebagai salah satu layanan untuk bertransaksi yaitu *mobile banking*. Tujuan yang diharapkan dari inovasi *mobile banking* ini adalah agar mempermudah transaksi nasabah dan nasabah bisa mendapatkan informasi melalui sebuah fitur yang disediakan sehingga perusahaan dapat mempertahankan loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah menunjukkan perbankan mampu mempertahankan kelangsungan aktivitas usahanya. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah diperlukan usaha maksimal yaitu dengan mengoptimalkan efektivitas penggunaan dan ketersediaan fitur layanan yang terdapat dalam *mobile banking*. Hal ini pastinya memiliki pengaruh pada kepuasan nasabah yang nantinya menjadi penentu kelayakan nasabah kepada bank.

Tujuan dari penelitian adalah untuk melakukan analisis pengaruh efektivitas penggunaan dan ketersediaan fitur layanan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan *mobile banking* dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada BSI KCP Palembang Merdeka. Penelitian ini merupakan penelitian berjenis kuantitatif dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen. 150 responden digunakan sebagai sampel dalam penelitian dimana sampel tersebut ditetapkan menggunakan metode *purposive sampling*. Karakteristik nasabah rerata menggunakan *mobile banking* lebih dari 1 kali pada 1 bulan. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan teknik analisis PLS (*Partial Least Square*) melalui software SmartPLS 3.0.

Dari penelitian menghasilkan bahwa efektivitas penggunaan dan ketersediaan fitur layanan berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah, efektivitas penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, ketersediaan fitur layanan tidak berpengaruh pada kepuasan nasabahnya, dan efektivitas penggunaan serta ketersediaan fitur layanan juga memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening.

Kata Kunci : *Mobile Banking*, Efektivitas Penggunaan, Kepuasan Nasabah, Ketersediaan Fitur Layanan, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Technological developments are increasingly rapidly making the industry adopt technology as a system in achieving goals. One of them is the banking industry which gave birth to digital product innovation as a transaction service, namely mobile banking. The expected goal of this mobile banking innovation is to facilitate customer transactions and customers can obtain information through the features provided so that companies can maintain customer loyalty. Customer loyalty shows that the bank is able to maintain the continuity of its business activities. To maintain customer loyalty, maximum efforts are needed, namely by optimizing the effectiveness of the use and availability of service features contained in mobile banking. This certainly affects customer satisfaction which will determine customer loyalty to the bank.

The purpose of this study was to analyze the effect of the effectiveness of the use and availability of service features on customer loyalty in using mobile banking with customer satisfaction as an intervening variable at BSI KCP Palembang Merdeka. This research is a quantitative study using a questionnaire as an instrument. 150 respondents were used as the sample in the study where the sample was determined using a purposive sampling method. Characteristics of the average customer using mobile banking more than 1 time in 1 month. The data obtained were analyzed using the PLS (Partial Least Square) analysis technique through the SmartPLS 3.0 software.

The results showed that the effectiveness of the use and availability of service features has a significant effect on customer loyalty, the effectiveness of use has a significant effect on customer satisfaction, the availability of service features has no effect on customer satisfaction, and the effectiveness of the use and availability of service features also has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction as an intervening variable.

Keywords : Mobile Banking, Effectiveness of Use, Customer Satisfaction, Availability of Service Features, Customer Loyalty