

**PENGARUH FITUR LAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN
REPUTASI TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA E-
BANKING (STUDI PADA BANK SUMSEL BABEL SYARIAH KCP
MUHAMMADYAH PALEMBANG)**

DORA MEILINDA

1920603052

ABSTRAK

Loyalitas nasabah merupakan tuntutan mutlak bagi perusahaan untuk menjamin kelangsungan hidup dalam usaha, karena loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis. Dengan mendapatkan nasabah yang loyal mampu membuat peluang yang besar bagi bank untuk memperluas jaringan pemasaran dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini di maksudkan untuk mengetahui bagaimana pengaruh fitur layanan, kepercayaan, dan reputasi terhadap loyalitas nasabah pengguna E-Banking (Studi pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP Muhammadiyah Palembang).

Metode yang digunakan metode kuantitatif, Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuisioner yang menggunakan skala likert. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Adapun teknik analisis data terhadap kuisioner yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dengan pengolahan data menggunakan IBM SPSS version 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur layanan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Reputasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci : E-banking, Fitur layanan, Kepercayaan, Reputasi, Loyalitas Nasabah

**THE EFFECT OF SERVICE FEATURES, TRUST, AND
REPUTATION ON CUSTOMER LOYALTY OF E-BANKING
USERS (STUDY AT BANK SUMSEL BABEL SYARIAH KCP
MUHAMMADYAH PALEMBANG)**

DORA MEILINDA

1920603052

ABSTRACT

Customer loyalty is an absolute demand for companies to ensure survival in business, because customer loyalty is the peak of business achievement. By getting loyal customers, it can create a great opportunity for banks to expand marketing networks and maintain the survival of the company. This research is intended to determine how the influence of service features, trust, and reputation on customer loyalty of E-Banking users (Study at Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang).

The method used quantitative method, The data collection method used in this study is to use a questionnaire that uses a Likert scale. The sample in this study was 100 respondents. The data analysis techniques on the questionnaires used are validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests with data processing using IBM SPSS version 25.

The results showed that service features had an effect and were significant on customer loyalty. Trust has a significant effect on customer loyalty, Reputation has a significant effect on customer loyalty.

Keywords : Customer loyalty, E-banking, Reputation, Service features, Trust