

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* NASABAH
PENGUNA *M-BANKING* PT BANK CENTRAL ASIA (BCA)**

Demitri Enrico
Manajemen Layanan dan Pariwisata
Juliani Dyah Trisnawati
Erna Andajani

Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini membuat para penyedia jasa bersaing untuk memberikan layanan berbasis internet. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-Service* terhadap *E-Loyalty*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kualitas layanan yang lebih baik bagi pengguna layanan *mobile banking*. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner pada responden hingga mencapai target sebanyak 150 data responden yang memiliki dan menggunakan layanan *BCA mobile* dan data sekunder dengan mencari informasi di Google, website *BCA*, dan Media sosial *BCA* seperti Instagram dan Facebook. Seluruh data didapatkan dengan menyebarkan kuisisioner secara online melalui *Google form*. Aras pengukuran yang digunakan adalah aras numerik. Penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS 24 dan AMOS 26 melalui metode SEM (Structural Equation Model). Hasil dari penelitian ini menunjukkan Kualitas layanan *online* berpengaruh signifikan positif terhadap kepuasan nasabah, serta kualitas layanan *online* dan kepuasan nasabah tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah

Kata kunci: Kualitas layanan *online*, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.

THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY ON E-LOYALTY OF M-BANKING CUSTOMERS PT BANK CENTRAL ASIA (BCA)

Demitri Enrico
Manajemen Layanan dan Pariwisata
Juliani Dyah Trisnawati
Erna Andajani

Abstract

The current rapid technological developments make service providers compete to provide internet-based services. This study aims to determine and analyze the effect of E-Service on E-Loyalty. This research is expected to provide better service quality for users of mobile banking services. The data source used in this study is primary data obtained through distributing questionnaires to respondents to reach a target of 150 respondents who own and use BCA mobile services and secondary data by searching for information on Google, the BCA website, and BCA social media such as Instagram and Facebook. All data was obtained by distributing questionnaires online via the Google form. The measurement level used is the numerical level. This research was processed using the SPSS 24 and AMOS 26 programs through the SEM (Structural Equation Model) method. The results of this study indicate that online service quality has a significant positive effect on customer satisfaction, and online service quality and customer satisfaction have no effect on customer loyalty.

Keyword: E-Service quality, E-Satisfaction, and E-Loyalty