

# Pengaruh layanan mandiri perbankan berbasis kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan perbankan seluler daring PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) Jakarta = The effect of based self service banking based on service quality on customer loyalty of PT Bank Negara Indonesia (BNI) Mmbile banking in Jakarta

Bagus Pradityo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20508386&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

### <b>ABSTRAK</b><br>

Penelitian ini bertujuan untuk menguji layanan mandiri perbankan berbasis kualitas layanan dan loyalitas pelanggan perbankan seluler daring BNI di Jakarta. Pada penelitian ini Dimensi yang diukur untuk kualitas layanan yang digunakan adalah kenyamanan, keandalan & keamanan, daya tanggap, dan personalisasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data dan informasi yang dikumpulkan melalui survei dengan membagikan kuisioner pada responden. Sampel dari penelitian ini adalah 107 responden pelanggan BNI yang berdomisili di Jakarta, dan pernah menggunakan minimal 1 kali melakukan transaksi di perbankan seluler daring BNI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari ke-empat dimensi kualitas layanan yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah dimensi kenyamanan.

<hr>

### <b>ABSTRACT</b><br>

This study aims to test independent banking services based on service quality and customer loyalty of BNI online mobile banking in Jakarta. In this study, the dimensions measured for service quality used are convenience, reliability & security, responsiveness, and personalization. This study uses a quantitative approach, where data and information are collected through a survey by distributing questionnaires to respondents. The sample of this study was 107 BNI customer respondents who live in Jakarta, and have used at least 1 time to conduct transactions in BNI online mobile banking. The results showed that service quality has an influence on customer loyalty. Of the four dimensions of service quality that most influence customer loyalty is the dimension of convenience.