

Pengaruh Faktor-Faktor Dalam Model the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Terhadap Tingkat Penggunaan, Customers Satisfaction, dan Customers Loyalty Pengguna Mobile Banking = The Effect of Factors in the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) Model on the Level of Use, Customers Satisfaction, and Customers Loyalty of Mobile Banking Users

Ahadi Andrian Wibowo, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920518825&lokasi=lokal>

Abstrak

Mobile banking adalah salah satu teknologi paling menjanjikan yang telah muncul dalam beberapa tahun terakhir dan terbukti memiliki dampak yang cukup besar baik dari sisi perbankan maupun nasabah. Sementara itu, saat ini industri perbankan saling bersaing dalam hal berinvestasi untuk mengembangkan produk mobile banking. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat penggunaan yang selanjutnya dapat meningkatkan kepuasan dan memperkuat loyalitas nasabah pengguna mobile banking di Indonesia menggunakan model the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). Survei ini diikuti oleh 318 responden (pengguna aplikasi mobile banking di Indonesia). Data dianalisis menggunakan SEM berbasis PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa performance expectancy, effort expectancy, dan habit berpengaruh positif dan signifikan terhadap use mobile banking. Selanjutnya, use mobile banking berpengaruh positif dan signifikan terhadap satisfaction dan loyalty, begitu juga satisfaction terhadap loyalty pengguna mobile banking. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan pertimbangan perumusan kebijakan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi tingkat penggunaan serta memberikan insight bagi industri perbankan dalam hal optimalisasi investasi untuk meningkatkan adopsi mobile banking dari pengguna lama yang selanjutnya dapat memberikan keunggulan kompetitif di pasar.

.....Mobile banking is one of the most promising technologies that have emerged in recent years and is proving to have quite an impact on both the banking and customer side. Meanwhile, currently the banking industry is competing with each other in terms of investing to develop mobile banking products. Thus, this study aims to analyze the level of usage which can further increase customer satisfaction and strengthen customer loyalty using mobile banking in Indonesia using the Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2) model. This survey was attended by 318 respondents (users of mobile banking applications in Indonesia). Data were analyzed using PLS-based SEM. The results of the study show that performance expectancy, effort expectancy, and habit have a positive and significant effect on mobile banking use. Furthermore, the use of mobile banking has a positive and significant effect on satisfaction and loyalty, as well as satisfaction with the loyalty of mobile banking users. This study is expected to contribute to policy formulation considerations to identify factors that influence usage rates and to provide insights for the banking industry in terms of investment optimization to increase mobile banking adoption from existing users, which in turn can provide a competitive advantage in the market.