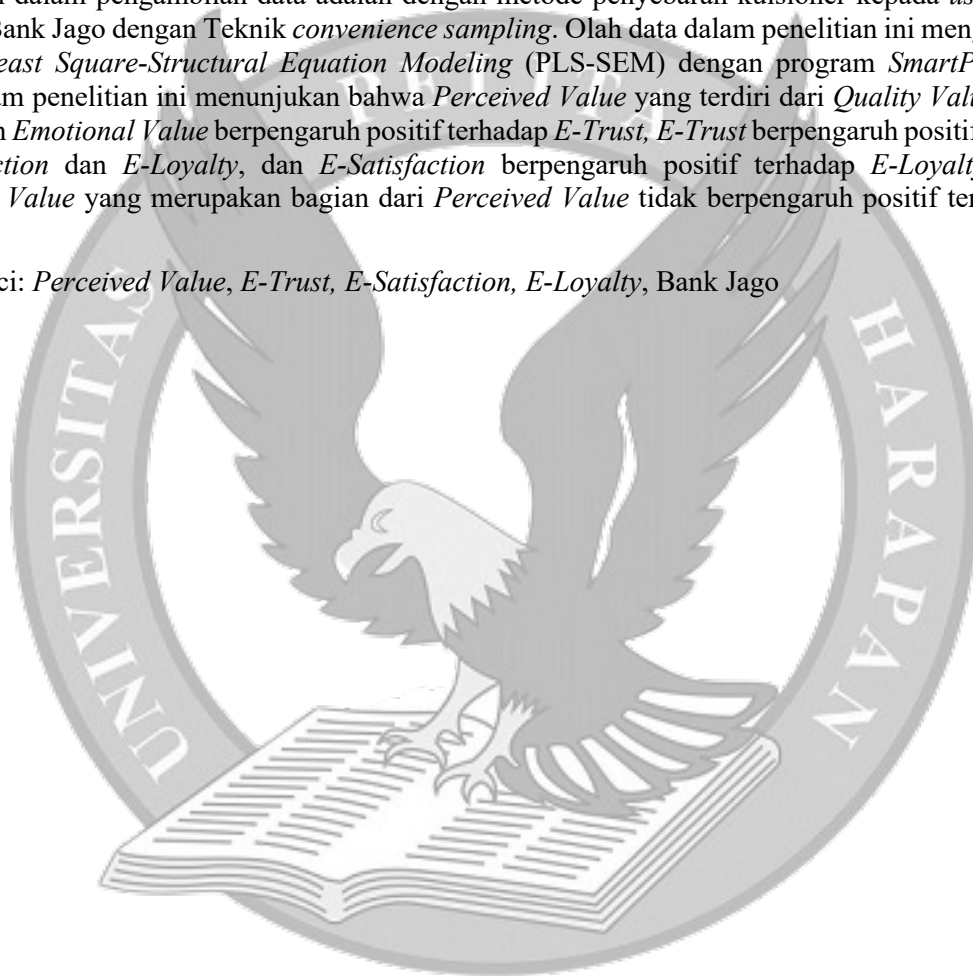


ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED VALUE OF DIGITAL BANKING APPLICATION*, *E-TRUST*, *E-SATISFACTION* TERHADAP *E-LOYALTY* PADA APLIKASI BANK JAGO

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji apakah *perceived values* dari sebuah *digital banking* dapat berpengaruh terhadap *E-Trust* yang berujung kepada *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*. Metode yang digunakan dalam pengambilan data adalah dengan metode penyebaran kuisioner kepada *user digital banking* Bank Jago dengan Teknik *convenience sampling*. Olah data dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan program *SmartPLS 3.3.3*. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *Perceived Value* yang terdiri dari *Quality Value*, *Social Value*, dan *Emotional Value* berpengaruh positif terhadap *E-Trust*, *E-Trust* berpengaruh positif terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*, dan *E-Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *E-Loyalty*. Hanya *Monetary Value* yang merupakan bagian dari *Perceived Value* tidak berpengaruh positif terhadap *E-Trust*.

Kata Kunci: *Perceived Value*, *E-Trust*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty*, Bank Jago



Analysis Perceived Values of Digital Banking Applications, E-Trust, E-Satisfaction To E-Loyalty On Bank Jago Application

ABSTRACT

This Study purpose is to know whether Perceived Value from a digital banking applications can impacting E-Trust that leads to E-Satisfaction and E-Loyalty. This research using survey method to collect data with questionnaire method to Bank Jago's user with convenience sampling technique. In this research, Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) is being used to running the data with SmartPLS 3.3.3 software. The results of this research is Perceived Value from Quality value, Social Value, and Emotional Value are positively impact on E-Trust, E-Trust positively impact on E-Satisfaction and E-Loyalty, and E-Satisfaction positively impact on E-Loyalty. Only Monetary value that is been part of Perceived Value is not positively impact on E-Trust

Keyword: Perceived Value, E-Trust, E-Satisfaction, E-Loyalty, Bank Jago

