

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi dan tingginya arus globalisasi, membawa dampak yang luar biasa bagi banyak orang di dunia. Berkembangnya teknologi informasi yang kian cepat, menyebabkan peranan telekomunikasi menjadi sangat penting sebagai penunjang kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan aktifitas. Salah satu dampak positif dari perkembangan teknologi adalah internet. Internet secara tidak langsung memiliki pengaruh besar dalam perkembangan ilmu pengetahuan dan pandangan dunia. PT Bank Negara Indonesia (Persero) sebagai penyedia layanan perbankan pertama di Indonesia, menyediakan aplikasi yang cocok bagi konsumennya khususnya bagi generasi pengguna teknologi yaitu BNI *mobile banking*.

Penelitian ini ditunjukkan untuk menganalisa pengaruh variabel *Privacy, Practicity, Design, Sociality, Enjoyment, satisfaction*, terhadap *Loyalty*. Dalam meningkatkan *Loyalty* yang positif maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengguna BNI *Mobile Banking* berusia 18-60 tahun baik pria maupun wanita, berdomisili di Manado, Memiliki aplikasi BNI *Mobile Banking*, Pernah melakukan transaksi di BNI *mobile banking* minimal 2 kali dalam dua bulan terakhir. Penelitian ini menggunakan 116 responden dan Amos 20.0 untuk mengolah data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh terbesar adalah *Satisfaction* terhadap *Loyalty* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,917, pengaruh terbesar kedua adalah *Enjoyment* terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi 0,578, kemudian pengaruh terbesar ketiga adalah *Design* terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,323, dan pengaruh terbesar keempat adalah *Privacy* terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,222, pengaruh terbesar kelima adalah *Practicity* terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,157, dan pengaruh terkecil adalah *Sociality* terhadap *Satisfaction* dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,139.

Kata Kunci: *Privacy, Practicity, Design, Sociality, Enjoyment, Satisfaction, dan Loyalty.*

ABSTRACT

Along with technological developments and the high flow of globalization, it has had a tremendous impact on many people in the world. The development of increasingly rapid information technology, causes the role of telecommunications to be very important as a support for the convenience of the community in carrying out activities. One of the positive effects of technological development is the internet. The internet indirectly has a big influence on the development of science and worldview. PT Bank Negara Indonesia (Persero) as the first banking service provider in Indonesia, provides applications that are suitable for its customers, especially for the generation of technology users, namely BNI mobile banking.

This research is shown to analyze the influence of several variables such as Privacy, Practicity, Design, Sociality, Enjoyment, Satisfaction, on Loyalty of the customers. In increasing positive Loyalty, the sample used in this study is BNI Mobile Banking users aged 18-60 years both male and female, domiciled in Manado, which have the BNI Mobile Banking application, and have had transactions at BNI mobile banking at least 2 times in the past two months. This study used 116 respondents and Amos 20.0 to process data.

The results showed that the variables that have the greatest influence to the Loyalty are Satisfaction variables with a regression coefficient of 0.917, the second largest influence is Enjoyment to Satisfaction with a regression coefficient of 0.578, the third largest influence is Design to Satisfaction with a regression coefficient of 0.323, the fourth largest is Privacy to Satisfaction with a regression coefficient of 0.222, the fifth largest influence is Practicity to Satisfaction with a regression coefficient of 0.157, and lastly the smallest influence is Sociality to Satisfaction with a regression coefficient of 0.139.

Keywords: Privacy, Practicity, Design, Sociality, Enjoyment, Satisfaction, dan Loyalty