

## ABSTRAK

Steven Tendean (01011190052)

### **“ HUBUNGAN *MOBILE BANKING SERVICE QUALITY* DAN *BRAND ATTACHMENT* DENGAN *POSITIVE WORD-OF-MOUTH*”**

(xvii + 248 halaman; 7 gambar, 43 tabel; 6 lampiran)

**Latar Belakang:** Teknologi saat ini sudah menjadi salah satu kebutuhan utama yang digunakan masyarakat modern dimana teknologi memiliki tujuan untuk mempermudah kegiatan sehari-hari masyarakat. Teknologi saat ini juga memiliki kemajuan yang pesat di salah satu sektor perbankan dimana saat ini hampir semua Bank di Indonesia yang menggunakan teknologi untuk memperbesar kualitas layanan perbankan, salah satunya yaitu teknologi dalam perangkat seluler yaitu *mobile banking applications*. Indonesia merupakan negara yang sudah menggiatkan penggunaan aplikasi seluler perbankan dimana hampir semua nasabah bank di Indonesia sudah memiliki akun aplikasi perbankan seluler. Dengan perkembangan aplikasi seluler pada sektor perbankan, Bank di Indonesia khususnya Bank BCA perlu mementingkan kualitas layanan yang diberikan untuk meningkatkan keterikatan merek nasabah dengan Bank BCA, dan juga meningkatkan WOM yang Positif pada nasabah Bank BCA. **Tujuan:** 1) Untuk mengetahui dampak *mobile service quality* terhadap *brand attachment*; 2) Untuk mengetahui dampak *mobile service quality* terhadap *word-of-mouth*; 3) Untuk mengetahui dampak *brand attachment* terhadap *word-of-mouth*. **Metodologi:** Metode kuantitatif dengan menggunakan 450 responden, populasi studi penelitian yaitu nasabah Bank BCA yang menggunakan aplikasi BCA mobile di Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu *purposive sampling – judgement sampling*. Alat yang digunakan untuk mendapatkan data yaitu menyebarkan kuesioner.

**Kata Kunci:** *Mobile Service Quality, Usability, Value-added Features, Security/Privacy, Interactivity, Brand Attachment, Positive Word-of-mouth, Mobile Banking Applications*

**Referensi:** 104 (2003-2022)