

## ABSTRAK

Muhamad Akbar Ginanjar (01619230028)

**ANALISIS PENGARUH FASILITAS *E-BANKING*, KUALITAS LAYANAN DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUASAN NASABAH SERTA LOYALITAS NASABAH (STUDI KASUS PEMBUKAAN REKENING *ONLINE* DI JABODETABEK)**

(xvi + 76 halaman; 12 gambar; 16 tabel ; 3 lampiran)

Peran teknologi tidak dapat dipisahkan pada sektor perbankan yang menggunakan berbagai cara untuk memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi serta berlomba memenangkan persaingan dan meningkatkan jumlah nasabah melalui aplikasi *mobile banking*. Penelitian ini akan menganalisa pengaruh positif dari E-Banking, Kualitas Layanan dan Media Sosial terhadap Kepuasan Nasabah serta Loyalitas Nasabah, dengan studi kasus pembukaan rekening BRItama secara *online* melalui aplikasi BRImo melalui metode penyebaran kuesioner kepada responden sebanyak 146 orang. Teknik analisa dengan Structural Equational Modelling (SEM) menggunakan program Smart-PLS. Hasilnya ditemukan bahwa *e-banking* dan media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, sedangkan kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Kemudian kepuasan nasabah berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Lalu *e-banking* berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan kualitas layanan dan media sosial tidak berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menambah teori bahwa kepuasan nasabah merupakan variabel mediasi yang dibutuhkan untuk mencapai loyalitas.

Kata kunci: Fasilitas *E-Banking*, Kualitas Layanan, Media Sosial, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Referensi : 72 (1988 – 2024)

## **ABSTRACT**

Muhamad Akbar Ginanjar (01619230028)

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF E-BANKING FACILITY, SERVICE QUALITY AND SOCIAL MEDIA ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY (CASE STUDY : ONLINE BRITAMA ACCOUNT OPENING IN JABODETABEK)***

*(xvi + 76 pages; 12 figures; 16 tables ; 3 appendices)*

*Technology plays an indispensable role in the banking sector, where institutions continuously adopt innovative approaches to harness advancements in information and communication technology. In a highly competitive landscape, banks strive to expand their customer base through mobile banking applications. This study examines the positive impact of E-Banking, Service Quality, and Social Media on Customer Satisfaction and Loyalty, with a case study on online BRItama account opening via the BRImo application. The research employs a survey methodology, collecting responses from 146 participants, and applies Structural Equation Modeling (SEM) using Smart-PLS for analysis. The findings reveal that E-Banking and Social Media significantly enhance customer satisfaction, whereas Service Quality does not exhibit a positive influence. Furthermore, customer satisfaction has a significant positive effect on customer loyalty. Additionally, E-Banking directly contributes to customer loyalty, while Service Quality and Social Media do not demonstrate a significant direct impact. This study extends existing theory by highlighting customer satisfaction as a crucial mediating variable in fostering customer loyalty.*

*Keywords: E-Banking Facility, Service Quality, Social Media, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

*References : 72 (1988 – 2024)*