

ABSTRAK

Pengaruh Kepuasan dan *Usability* Pada Loyalitas dan Dampaknya Pada Positif *Word of Mouth* Pengguna Brilink BRI Unit Kemiling Bandar Lampung

oleh

ANGGI SAPUTRA DASRIL

Perkembangan teknologi informasi, telekomunikasi dan internet menyebabkan mulai munculnya beragam aplikasi bisnis berbasis internet. Salah satu bank yang memanfaatkan teknologi internet dalam melayani nasabahnya adalah Bank Rakyat Indonesia (BRI) dengan BRILink Mobile. Permasalahan penelitian ini apakah variabel kepuasan dan *usability* memiliki pengaruh pada loyalitas dan memiliki dampak pada positif *word of mouth* pengguna brilink.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan *usability* terhadap loyalitas dan dampaknya pada positif *word of mouth* pengguna brilink. Sampel penelitian ini berjumlah 100 dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian diketahui bahwa peran variabel kepuasan sebagai variabel mediasi *usability* untuk membentuk loyalitas dan berdampak pada positif *word of mouth* relative besar. Sehingga seluruh hipotesis pada pebelitian ini dapat diterima.

Saran yang diajukan adalah BRI perlu memperbaiki koneksi layanan Brilink sehingga kegagalan saat konsumen bertransaksi dapat dihindari dengan cara bekerjasama dengan provider telekomunikasi sehingga mendapatkan jaminan koneksi internet yang handal. Serta peningkatan kemampuan operator dapat dilakukan dengan pelatihan agar kecepatan dan ketepatan layanan dapat ditingkatkan

Kata kunci : *usability*, kepuasan, loyalitas dan positif *word of mouth*

Abstract

The Influence of Satisfaction and Usability on Loyalty and Its Impact on Positive Word of Mouth Brilink Users at BRI Kemiling Unit Bandar Lampung

Anggi Saputra Dasril

The development of information technology, telecommunications and the internet led to the emergence of various internet-based business applications. One bank that utilizes internet technology in serving its customers is Bank Rakyat Indonesia (BRI) with BRILink Mobile. The problem of this study is whether the satisfaction and usability variables have an influence on loyalty and have an impact on the positive word of mouth users of Brilink

his study aims to determine the effect of satisfaction and usability on loyalty and its impact on positive word of mouth users of Brilink. The sample of this study amounted to 100 and analyzed using multiple linear regression. The results of the study revealed that the role of satisfaction variables as usability mediation variables to form loyalty and have a positive impact on word of mouth is relatively large. So that all hypotheses in this research can be accepted.

The suggestion put forward is that BRI needs to improve the Brilink service connection so that failure when consumers transact can be avoided by collaborating with telecommunications providers so that they get a reliable internet connection guarantee. As well as improving the ability of operators can be done by training so that the speed and accuracy of services can be increased

Keywords: usability, satisfaction, loyalty and positive word of mouth