

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BCA *MOBILE*
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

SKRIPSI

OLEH

MUHAMMAD RUSDIANSYAH



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BCA *MOBILE* DI KOTA BANDAR LAMPUNG

OLEH:

MUHAMMAD RUSDIANSYAH

PT. Bank Central Asia, Tbk berdiri pada tahun 1957 merupakan salah satu bank swasta terbesar di Indonesia saat ini dengan nilai aset sebesar 1.408 triliun rupiah dengan laba bersih mencapai 48.6 triliun rupiah. Hasil survei *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) yang diselenggarakan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) edisi tahun 2023-2024 menghasilkan data bahwa *BCA Mobile* menduduki peringkat kelima dalam 10 performa terbaik *mobile banking* yang ada di Indonesia. Masalah pada penelitian ini yaitu terdapat keluhan tentang penggunaan aplikasi *BCA Mobile* hingga menjadi *trending topic* dalam platform sosial media *X (Twitter)*. Hal ini harus diperhatikan oleh *BCA Mobile* agar pelanggan tidak berpikir untuk mencari alternatif terhadap *mobile banking* lainnya. Tujuan penelitian ini untuk menguji apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 90 responden melalui *google form*. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi sederhana menggunakan uji parsial (uji t) dan uji sobel (*sobel test*) dengan aplikasi *SPSS 25*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas, BCA.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION ON BCA MOBILE CUSTOMER LOYALTY IN BANDAR LAMPUNG CITY

BY:

MUHAMMAD RUSDIANSYAH

PT. Bank Central Asia, Tbk, founded in 1957, is one of the largest private banks in Indonesia today with an asset value of 1,408 trillion rupiah with a net profit of 48.6 trillion rupiah. The results of the Bank Service Excellence Monitor (BSEM) survey conducted by Marketing Research Indonesia (MRI) in the 2023-2024 edition produced data showing that BCA Mobile was ranked fifth in the 10 best mobile banking performances in Indonesia. The problem in this research is many complaints about the use of the BCA Mobile application, which has become a trending topic on the X social media platform (Twitter). BCA Mobile must pay attention to this so that customers do not think about looking for alternatives to other mobile banking. The aim of this research is to test whether service quality and customer satisfaction have an influence on BCA Mobile customer loyalty in Bandar Lampung City. This research uses a survey method by distributing questionnaires to 90 respondents via Google Form. The analytical method used is simple regression using the partial test (t test) and Sobel test with the SPSS 25 application. The results of the research show that the service quality variable and customer satisfaction variable have an influence on the BCA Mobile customer loyalty variable in Bandar Lampung City.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Loyalty, BCA.

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BCA *MOBILE*
DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Muhammad Rusdiansyah

Skripsi

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA EKONOMI

Pada

**Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung**



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BCA MOBILE DI KOTA BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : **Muhammad Rusdiansyah**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1811011067**

Jurusan : **Manajemen**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis**



Pembimbing I

Pembimbing II

Driya Wiryawan, S.E., M.M.
NIP.19720909 200501 01 002

Mudji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A.
NIP. 19741011 199903 1 002

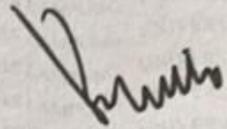
2. Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Ribhan, S.E., M.Si.
NIP. 19680708 200212 1 003

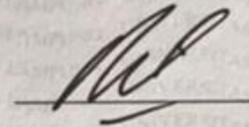
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

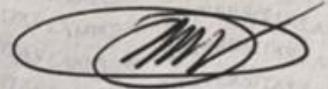
Ketua : Driya Wiryawan, S.E., M.M.



Sekretaris : Mudji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A.



Penguji Utama : Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc.



2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si.
NIP. 19660621 199003 1 003

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 21 November 2024

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rusdiansyah

NPM : 1811011067

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan BCA Mobile di Kota Bandar Lampung”** adalah benar hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau hasil karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada peneliti.

Bandar Lampung, 21 November 2024

Yang Menyatakan



Muhammad Rusdiansyah

NPM 1811011067

RIWAYAT HIDUP



Peneliti lahir di Desa Banjar Agung, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan pada tanggal 30 Mei 2000. Peneliti merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan Bapak Sugiyanto dan Ibu Nurbaiti. Peneliti menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 1 Labuhan Dalam dan lulus pada tahun 2012, sekolah menengah pertama di SMP Negeri 19 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2015, sekolah menengah atas di SMAS Al-Kautsar Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2018. Peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung pada tahun 2018 melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN). Peneliti melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata Universitas Lampung (KKN) di Kelurahan Korpri Raya, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung pada bulan Februari – Maret 2021. Peneliti juga aktif dalam kegiatan lembaga kemahasiswaan Himpunan Mahasiswa Manajemen dan Badan Eksekutif Mahasiswa FEB Unila.

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu, padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi (pula) kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu. Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

(QS. Al Baqarah: 216)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)

“Shalat di masjid, jangan dunia terus”

-Ibu Nurbaiti

“Orang jujur itu hidupnya mujur”

-Bapak Sugiyanto

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrohim

Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya kepada kita semua dan shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini dipersembahkan sebagai tanda terimakasih ku kepada:

Bapak Sugiyanto dan Ibu Nurbaiti

Sosok Bapak dan Ibu yang selalu memberikan kasih sayang, motivasi, dukungan dan doa yang tiada henti, serta segala pengorbanan yang telah diberikan dalam membesarkan, merawat, dan mendidikku sampai saat ini. Bapak dan Ibu adalah sosok insan luar biasa yang sangat berpengaruh terhadap hidupku dan menjadi motivasiku dalam menjalani kehidupan ini. Berkat Bapak dan Ibu serta ridho dari Allah SWT, skripsi ini dapat terselesaikan dengan tuntas sebagai syarat dalam meraih gelar sarjana ekonomi di Universitas Lampung. Tidak ada hal apapun yang bisa menggantikan perjuangan Bapak dan Ibu selain doa yang kuucapkan tiap harinya. Mudah-mudahan Bapak dan Ibu selalu diberikan kesehatan, umur yang panjang, rezeki yang cukup, serta nikmat lainnya sehingga mampu melihat anak-anakmu tumbuh menjadi sosok manusia yang siap untuk memperjuangkan masa depan yang lebih baik lagi. Aamiin.

SANWACANA

Puji dan Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penelitian pada skripsi ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Skripsi ini berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan BCA *Mobile* di Kota Bandar Lampung”.

Penyusunan dalam penelitian ini tidak terlepas dari peranan dan bantuan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Nairobi, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Ribhan, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung dan Dosen Pembimbing Akademik.
3. Ibu Dr. Zainur M. Rusdi, S.E., M.Sc. selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
4. Bapak Driya Wiryawan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan perhatian, dukungan, motivasi, semangat dan sumbangan pemikiran kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Mudji Rachmat Ramelan, S.E., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan perhatian, dukungan, motivasi, semangat dan sumbangan pemikiran kepada peneliti demi terselesaikannya skripsi ini.

6. Ibu Prof. Dr. Mahrinasari MS, S.E., M.Sc. selaku Dosen Pembahas I yang telah banyak memberikan masukan, saran, nasihat, dan motivasi, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
7. Bapak Aripin Ahmad, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembahas II yang telah banyak memberikan masukan, saran, nasihat dan motivasi, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Ibu Dr. Yuniarti Fihartini, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembahas III yang telah banyak memberikan masukan, saran, nasihat, dan motivasi, hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang bermanfaat selama pembelajaran.
10. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Pak Dedi, Mba Nur, Mas Nanang, dan lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu.
11. Kakak dan adikku, Mas Septa Adin Nasrulloh dan adikku Wulan Fitriasari serta Afrizal Anwar yang menjadi motivasi, semangat, serta menjadi tempat curahan hati bagi peneliti selama menjalani perkuliahan ini.
12. Teman-teman S1 Manajemen angkatan 2018 yang telah berjuang bersama dan berbagi kisah selama menjalani kehidupan di dalam kampus. Semoga hubungan kita tetap terjaga dengan baik dan kita semua diberikan kesehatan dan kesuksesan dimanapun kita berada.
13. Teman-teman terdekat Redo, Fat'han, Zulfikri, Wayan, Andre, Fachri, Daffa, Reza, Redo Afrozi, Rifany, Aufary, Via, Arvina, Aulia Hanifah, Yohana, terima kasih atas dukungan yang tiada henti semasa menjalani perkuliahan ini. Semoga kita selalu diberikan kesehatan, kecukupan, serta hal baik lainnya. Semoga pertemanan ini dapat selalu terjaga kapanpun dan dimanapun kita berada.
14. Pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menjalani kehidupan perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu per satu, semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan dan pahala yang berlimpah atas bantuannya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidaklah sempurna sehingga peneliti berharap penelitian ini dapat disempurnakan lagi serta dapat bermanfaat di kemudian hari.

Bandar Lampung, 21 November 2024
Peneliti,

Muhammad Rusdiansyah

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Kualitas Pelayanan	12
B. Kepuasan Pelanggan	14
C. Loyalitas Pelanggan	15
D. Penelitian Terdahulu	17
E. Kerangka Pemikiran	19
F. Hipotesis Penelitian.....	19
III. METODE PENELITIAN	21
A. Desain Penelitian.....	21
B. Sumber Data	21
C. Metode Pengumpulan Data	22
D. Populasi dan Sampel Penelitian	22
F. Uji Instrumen Penelitian.....	27
G. Uji Hipotesis.....	27
H. Analisis Data	29
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	30
A. Hasil Uji Instrumen Penelitian	30
B. Deskripsi Karakteristik Responden	30
C. Deskripsi Hasil Penelitian	34
D. Hasil Uji Hipotesis	39
E. Pembahasan	42
V. KESIMPULAN DAN SARAN	47
A. Kesimpulan.....	47
B. Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	50

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Fitur <i>BCA Mobile</i>	3
Tabel 2. Hasil Survei <i>Bank Service Excellence Monitor (BSEM)</i> tahun 2023 -2024	4
Tabel 3. Keluhan Pelanggan <i>BCA Mobile</i> Tahun 2023.....	4
Tabel 4. Penelitian Terdahulu	17
Tabel 5. Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X)	24
Tabel 6. Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	25
Tabel 7. Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	26
Tabel 8. Hasil Uji Validitas.....	30
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	31
Tabel 10. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 11. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Umur.....	32
Tabel 12. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan	33
Tabel 13. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	33
Tabel 14. Karakteristik Pelanggan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir..	34
Tabel 15. Kriteria Nilai Skor Jawaban Pelanggan	35
Tabel 16. Tanggapan Jawaban Pelanggan tentang Variabel Kualitas Pelayanan.....	35
Tabel 17. Tanggapan Jawaban Pelanggan tentang Variabel Kepuasan Pelanggan.	37
Tabel 18. Tanggapan Jawaban Pelanggan tentang Variabel Loyalitas Pelanggan.	38
Tabel 19. Hasil Uji Parsial (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	39
Tabel 20. Hasil Uji Parsial (uji t) Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Z).....	39
Tabel 21. Hasil Uji Parsial (uji t) Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	40
Tabel 22. Syarat dan Ketentuan Aplikasi <i>BCA Mobile</i>	54
Tabel 23. Hasil Skala <i>Likert</i> Responden	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 2. Konsep Uji Sobel	28
Gambar 3. Hasil Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>).....	41
Gambar 4. Tampilan Aplikasi <i>BCA Mobile</i>	53

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan, keinginan, serta memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih untuk menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan. Hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan akan terbentuk melalui pembelian atas barang atau jasa dan interaksi yang sering selama periode waktu tertentu. Dampak dari pembelian dan interaksi yang sering dilakukan yaitu akan menciptakan sebuah loyalitas. Dengan tingginya loyalitas yang dimiliki oleh pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan dapat mempengaruhi kontinuitas bisnis perusahaan tersebut. Begitu juga dalam usaha perbankan, pihak bank harus berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggannya dengan menawarkan berbagai jenis layanan baik dari segi ragam produk perbankan serta kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki guna bertahan di tengah persaingan ketat bank-bank yang ada di Indonesia.

PT. Bank Central Asia, Tbk berdiri pada tahun 1957 merupakan salah satu bank swasta (*non-pemerintah*) terbesar di Indonesia saat ini dengan nilai aset sebesar 1.408 triliun rupiah dengan laba bersih mencapai 48.6 triliun rupiah. Sebaran kantor cabangnya pun sebanyak 1.258 kantor cabang dengan jumlah mesin ATM sebanyak 19.047 mesin serta jumlah nasabah lebih dari 38 juta orang per Desember 2023 (bca.co.id, 2024). Sebagai salah satu bank dengan aset terbesar dan nasabah terbanyak di Indonesia, bank BCA selalu berusaha untuk memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial

yang tepat guna mempengaruhi kepuasan dan meningkatkan loyalitas nasabahnya, salah satunya melalui fasilitas *BCA Mobile*.

BCA Mobile (mobile banking) adalah layanan produk perbankan PT Bank Central Asia Tbk yang dapat diakses secara langsung oleh pelanggan melalui telepon seluler atau *handphone*, baik dengan menggunakan menu yang sudah tersedia di *Subscriber Identification Module (SIM) Card*, dengan menggunakan media *SMS* atau menggunakan menu pada *BCA Mobile* dengan menggunakan media jaringan internet pada *handphone* dikombinasikan dengan media *SMS* sesuai ketentuan yang berlaku di BCA.

Para pelanggan mendapatkan banyak sekali manfaat dengan menggunakan *BCA Mobile*. Sisi manfaat yang paling banyak dirasakan berupa kenyamanan, kepraktisan dan kemudahan dalam menggunakan layanan perbankan. Sisi kenyamanan dirasakan karena kemudahan transaksi perbankan langsung dari *smartphone* seperti: cek saldo, melihat daftar mutasi, melakukan pembayaran kartu kredit dan sebagainya kecuali yang langsung melibatkan uang tunai seperti penyetoran dan penarikan. Sisi kepraktisan karena fitur layanan transaksi lengkap dan modern tanpa harus datang ke kantor cabang sehingga pelanggan *BCA Mobile* tidak perlu meluangkan waktu lebih atau bahkan lelah mengantri hanya untuk melakukan transaksi-transaksi yang dapat diselesaikan dengan *BCA Mobile*. Sisi kemudahan karena fasilitas daftar transfer dan pembayaran yang dapat disimpan untuk memudahkan transaksi selanjutnya.

BCA Mobile tidak hanya menyediakan layanan yang berhubungan dengan transaksi perbankan saja, melainkan juga dengan layanan tambahan dalam menunjang kegiatan para pelanggannya seperti pembayaran tagihan telepon dan internet, listrik, tagihan air minum PDAM, pengisian kartu Flazz, pembayaran tiket pesawat, tiket kereta, tiket bioskop bahkan penarikan uang tunai melalui mesin ATM jika pelanggan lupa membawa kartu ATM. Dengan menggunakan *BCA Mobile*, hampir semua jenis layanan perbankan maupun non-perbankan bisa dilakukan sendiri oleh pelanggan tanpa harus mengunjungi

kantor cabang terkecuali yang langsung melibatkan uang tunai seperti penyetoran dan penarikan. Berikut merupakan fitur BCA *Mobile* yang dirangkum dalam Tabel 1.

Tabel 1. Fitur BCA *Mobile*

No	Fitur	Layanan
1	<i>m-info</i>	Informasi saldo, mutasi rekening, rekening deposito, info <i>reward</i> BCA, info reksadana, info kartu kredit.
2	<i>m-transfer</i>	Transfer antar rekening, antar bank, BCA <i>virtual account</i> , sakuku, status transaksi sakuku.
3	<i>m-Payment</i>	Pembayaran tagihan telepon, asuransi, internet, kartu kredit, Telkom, tagihan PAM, tagihan PLN, BPJS, pinjaman dan TV kabel.
4	<i>m-Commerce</i>	Pembelian <i>voucher</i> isi ulang, PLN prabayar, PLN <i>manual advice</i> .
5	<i>Cardless</i>	Fitur tarik tunai maupun setor tunai melalui mesin ATM tanpa kartu.
6	<i>m-Admin</i>	Fitur aktivasi, ganti pin, pemblokiran kartu kredit, <i>request</i> limit kartu kredit.
7	<i>Flazz</i>	Kemudahan cek saldo, top-up, informasi 10 transaksi terakhir Flazz pada <i>smartphone</i> dengan fitur <i>Near Field Communication</i> (NFC)
8	Bagibagi	BCA menghadirkan fitur BagiBagi, fitur berbagi uang melalui aplikasi BCA <i>Mobile</i> dengan teman atau keluarga yang memiliki aplikasi Sakuku. Jumlah uang yang dibagikan bisa sama rata (<i>fixed</i>) atau berbeda-beda (<i>random</i>).
9	<i>Lifestyle</i>	Pembelian tiket pesawat, tiket kereta api, pesan hotel, voucher gaming, voucher streaming, belanja harian, tiket bioskop, atraksi dan rekreasi, shopping voucher, donasi, zakat.

Sumber: bca.co.id (2024)

Survei *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) yang diselenggarakan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) menghasilkan data mengenai 10 performa terbaik *mobile banking* yang ada di Indonesia pada edisi tahun 2023-2024. Hasil survey menghasilkan data bahwa Bank BCA melalui layanan BCA *Mobile*-nya menduduki peringkat ke lima dengan performa nilai sebesar 91,26% pada tahun 2023 kemudian mengalami kenaikan performa pada tahun 2024 dengan nilai 93,34%. Hasil survei ditunjukkan dalam Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Survei *Bank Service Excellence Monitor (BSEM)* tahun 2023-2024

No	Bank	Performa	
		2023	2024
1	Bank BRI	92,90%	95,55%
2	Bank BNI	94,57%	95,00%
3	Bank Mandiri	95,51%	94,90%
4	Bank CIMB Niaga	87,21%	94,81%
5	Bank BCA	91,26%	93,34%
6	Bank BTN	93,50%	91,58%
7	Bank BJB	86,23%	88,88%
8	Bank Mega	87,29%	88,77%
9	Bank Sinarmas	83,87%	86,76%
10	Bank Permata	87,54%	85,63%

Sumber: Fadhilah, Annisa (2024)

Berdasarkan survei yang telah dilakukan membuktikan bahwa performa BCA *Mobile* sudah sangat baik karena dapat bersaing dengan *mobile banking* lainnya. Namun bagaimanapun, masih terdapat banyak komplain tentang penggunaan aplikasi BCA *Mobile* oleh pelanggan. Dalam artikel yang dirilis oleh liputan6.com pada tanggal 25 September 2023 menyebutkan bahwa keluhan layanan BCA *Mobile* yang *error* menjadi topik hangat yang diperbincangkan dalam platform sosial media X hingga menjadi *trending topic* dengan lebih dari 1.475 cuitan dengan *keyword* BCA *Mobile*. Keluhan-keluhan yang terjadi dapat dijelaskan dalam Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Keluhan Pelanggan BCA *Mobile* Tahun 2023

No	Deskripsi Keluhan	Hubungan dengan Kualitas Pelayanan
1	Minggu, 14 Mei 2023, pelanggan tidak bisa bertransaksi baik transfer maupun transaksi perbankan lainnya akibat perbaikan sistem yang diinformasikan terjadi antara pukul 00.00-05.00 WIB namun masih berlanjut hingga siang hari. (Sumber: Yogatama, B.K., 2023)	Terdapat kendala BCA <i>Mobile</i> ditinjau dari dimensi kualitas informasi pada kualitas pelayanan yang menunjukkan ketidakakuratan informasi yang diberikan.

No	Deskripsi Keluhan	Hubungan dengan Kualitas Pelayanan
2	Senin, 20 Maret 2023, nasabah mengeluhkan indikator yang terletak pada aplikasi berwarna merah berlangsung lama. Dengan demikian, nasabah tidak dapat melakukan kegiatan operasional perbankan seperti transfer uang. (Sumber: Ismoyo, Bambang, 2023)	Terdapat kendala <i>BCA Mobile</i> ditinjau dari dimensi keandalan aplikasi pada kualitas pelayanan yang sedang tidak dapat digunakan.
3	Senin, 27 Februari 2023, aplikasi tidak bisa digunakan untuk transaksi apapun sebab saat masuk ke dalam aplikasi, <i>BCA Mobile</i> menutup dengan sendirinya. Terdapat juga keterangan "205-sementara transaksi tidak dapat diproses, silahkan coba lagi". (Sumber: Dewi, I.R., 2023)	Terdapat kendala <i>BCA Mobile</i> ditinjau dari dimensi keandalan aplikasi pada kualitas pelayanan yang sedang tidak dapat digunakan.
4	Senin, 25 September 2023, aplikasi <i>BCA Mobile</i> sempat tidak bisa berfungsi normal pada sejumlah pengguna. <i>Error</i> terjadi karena banyaknya transaksi di momen bersamaan dengan hari Senin dan tanggal gajian atau tanggal 25. (Sumber: Melani, Agustina, 2023).	Terdapat kendala <i>BCA Mobile</i> ditinjau dari dimensi keandalan aplikasi pada kualitas pelayanan yang sedang tidak dapat digunakan.

Sebagai salah satu bank swasta terbesar, BCA perlu mengelola dan mengatasi keluhan-keluhan yang terjadi karena dapat menyebabkan *BCA Mobile* gagal bersaing dengan *mobile banking* lainnya. *BCA Mobile* harus selalu memberikan layanan yang memuaskan terhadap pelanggannya. Apabila layanan yang disediakan mampu menjawab persoalan pelanggan dengan tingkat kesalahan yang rendah, maka akan memicu sikap pelanggan untuk puas dan loyal. Hal ini harus diperhatikan oleh *BCA Mobile* agar pelanggan tidak berpikir untuk mencari alternatif terhadap *mobile banking* lainnya.

Berkaitan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, setidaknya *BCA Mobile* harus memenuhi enam kriteria kualitas pelayanan sehingga dapat menciptakan pelanggan yang puas dan loyal. Enam kriteria kualitas pelayanan menurut Marliyah dkk (2021) yaitu kemampuan aplikasi (*application ability*), kualitas

informasi (*information quality*) keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), personalisasi (*personalization*).

Kemampuan aplikasi merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi *BCA Mobile* serta secara visual memiliki tampilan yang menarik dan didesain dengan baik. Tampilan aplikasi *BCA Mobile* terdapat dalam Gambar 4 pada lampiran. Kualitas informasi meliputi keakuratan informasi yang diberikan oleh Bank BCA kepada pelanggan *BCA Mobile*-nya sehingga pelanggan percaya bahwa apa yang disampaikan oleh Bank BCA dapat terbukti dan dipercaya. Kualitas informasi harus seakurat mungkin agar terhindar dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan sehingga tidak diragukan kebenarannya.

Keandalan pada dasarnya mengacu pada persepsi pelanggan tentang keandalan dan keakuratan layanan *BCA Mobile* yang dijanjikan kepada pelanggan seperti kecepatan proses transaksi, kesanggupan memenuhi harapan pelanggan dan akses yang mudah dimana saja. Data dalam *play.google.com* (2024) menjelaskan bahwa aplikasi *BCA Mobile* mendapatkan rating 3.9 dari 5 dan sudah diunduh lebih dari 50 juta orang. Data ini menunjukkan bahwa *BCA Mobile* memiliki keandalan yang baik dan mampu memenuhi harapan pelanggan.

Daya tanggap adalah persepsi pelanggan untuk mendapatkan tanggapan atau bantuan dengan cepat ketika mereka memiliki masalah atau pertanyaan. Pada aplikasi *BCA Mobile*, terdapat salah satu fitur seperti m-Admin yang merupakan fitur yang disediakan oleh Bank BCA apabila pelanggan *BCA Mobile* memiliki masalah dan beberapa pertanyaan terkait akses untuk aktivasi kartu, ganti pin, pemblokiran kartu kredit, *request* limit kartu kredit dan lainnya. Jika terdapat masalah atau pertanyaan yang tidak mampu terjawab melalui aplikasi *BCA Mobile*, maka pelanggan dapat mengakses layanan *Hallo BCA* dengan menghubungi nomor 1500888.

Jaminan meliputi kepercayaan yang dirasakan pelanggan *BCA Mobile* dalam berhubungan dengan aplikasi sesuai dengan reputasi aplikasi serta kejelasan dan keakuratan informasi yang diberikan oleh Bank BCA terhadap pelanggan *BCA Mobile*-nya. Jaminan telah diatur dalam kebijakan syarat dan ketentuan sebelum pelanggan menggunakan aplikasi *BCA Mobile*. Syarat dan ketentuan diuraikan dalam Tabel 22 pada lampiran. Personalisasi meliputi seberapa sanggup aplikasi *BCA Mobile* untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelanggannya mulai dari kebutuhan transaksi berupa transfer hingga pembayaran tagihan internet, tiket pesawat, hotel atau akses lainnya.

Selain berfokus pada kualitas pelayanan, Bank BCA juga harus berfokus pada kepuasan pelanggan *BCA Mobile* -nya. Kepuasan menurut Astuti dkk (2020) merupakan suatu kondisi yang menggambarkan perasaan pelanggan senang atau kecewa tentang kinerja suatu produk atau layanan. Hal tersebut muncul ketika pelanggan telah membandingkan manfaat dan kesan dari suatu produk yang sudah digunakan. Kepuasan menurut Marliyah dkk (2021) memiliki tiga dimensi yaitu kesesuaian harapan, persepsi kinerja dan penilaian pelanggan.

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja yang diharapkan dengan yang dirasakan oleh pelanggan *BCA Mobile*. Kesesuaian ini meliputi fitur layanan perbankan yang dirasakan oleh pelanggan telah sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan. Selain itu, fitur fasilitas penunjang seperti pembayaran tiket pesawat, pembayaran tagihan internet atau fasilitas lainnya yang didapat dalam *BCA Mobile* telah sesuai atau bahkan mampu melebihi dengan yang diharapkan oleh pelanggan. Persepsi kinerja merupakan persepsi yang diciptakan oleh pelanggan *BCA Mobile* terhadap kinerja aktual layanan ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual layanan dianggap berhasil maka pelanggan akan merasa puas. Penilaian pelanggan merupakan penilaian menyeluruh terhadap keunggulan layanan dibandingkan dengan layanan *mobile banking* lainnya. Apabila pelanggan merasa puas terhadap *BCA Mobile*, maka pelanggan akan

menggunakan layanan yang sama tanpa berpikir untuk mencari alternatif lainnya.

Loyalitas merupakan pelanggan yang mempunyai komitmen untuk setia pada produk tertentu dan mempunyai niat untuk membeli ulang serta dapat merekomendasikan kepada pelanggan yang lainnya (Astuti dkk, 2020). Dimensi loyalitas pelanggan menurut Marliyah dkk (2021) yaitu menunjukkan kesetiaan, mereferensikan kepada orang lain dan keberlangsungan penggunaan aplikasi.

Menunjukkan kesetiaan merujuk pada sikap pelanggan yang setia terhadap layanan *BCA Mobile* sehingga pelanggan tidak merasa tertarik untuk mencoba layanan lain dari *mobile banking* lain. Mereferensikan kepada orang lain merupakan ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan layanan *BCA Mobile* kepada orang lain. Ketersediaan untuk merekomendasikan merupakan suatu cerminan kepuasan seorang pelanggan sehingga pelanggan ingin agar orang-orang terdekatnya juga ikut serta menggunakan *BCA Mobile* tersebut. Keberlangsungan penggunaan aplikasi merupakan sikap pelanggan untuk menggunakan layanan *BCA Mobile* secara berulang di masa yang akan datang dan akan berlangsung dalam waktu yang cukup lama.

Memiliki pelanggan *BCA Mobile* yang loyal merupakan sebuah keuntungan bagi Bank BCA karena dalam persaingan usaha saat ini, mempertahankan pelanggan yang sudah ada akan lebih mudah daripada mencari pelanggan baru. Dengan tingginya sebuah loyalitas, *BCA Mobile* dapat terus tumbuh dan berkembang karena dengan adanya pelanggan yang setia maka pelanggan tersebut akan terus melakukan penggunaan layanan secara berulang bahkan bersedia secara sukarela untuk mereferensikannya kepada orang lain.

Penggunaan layanan *BCA Mobile* saat ini cukup diminati oleh pelanggan perbankan dikarenakan beberapa layanan perbankan dapat diselesaikan menggunakan *BCA Mobile*. Selain itu, masyarakat saat ini juga menyukai

pekerjaan yang praktis sehingga menggunakan *BCA Mobile* adalah solusi yang tepat dalam menyelesaikan masalah transaksi, salah satunya yaitu masyarakat di Kota Bandar Lampung.

Penelitian Astuti dkk (2020) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Siadari dan Lutfi (2020) menghasilkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan *Mobile Banking*.

Hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor penentu utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dengan tingginya loyalitas pelanggan maka akan membantu perusahaan dalam mempertahankan pelanggan lama sekaligus menarik pelanggan baru yang potensial. Oleh karena itu topik yang akan diajukan oleh peneliti yaitu “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung”.

B. Rumusan Masalah

Hasil survei *Bank Service Excellence Monitor* (BSEM) yang diselenggarakan oleh *Marketing Research Indonesia* (MRI) edisi tahun 2023-2024 pada Tabel 2 menunjukkan hasil bahwa *BCA Mobile* menduduki peringkat kelima dalam sepuluh performa terbaik *mobile banking* yang ada di Indonesia. Berdasarkan survei yang telah dilakukan membuktikan bahwa performa *BCA Mobile* sudah sangat baik karena dapat bersaing dengan *mobile banking* lainnya. Namun bagaimanapun, masih terdapat banyak komplain tentang penggunaan aplikasi *BCA Mobile* oleh pelanggan yang ditunjukkan dalam Tabel 3. Hal ini harus diperhatikan oleh *BCA Mobile* agar pelanggan tidak berpikir untuk mencari alternatif terhadap *mobile banking* lainnya.

Hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pembentuk dari loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, rumusan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Untuk memberikan gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung serta memberikan sebuah kontribusi untuk penelitian lebih lanjut dalam bidang pemasaran dan juga memberikan literatur tambahan dalam studi strategi pemasaran.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu manajer pemasaran dalam pengambilan kebijakan mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan serta diharapkan dapat menjadi acuan bagi para peneliti berikutnya agar lebih paham tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan yang memberikan keuntungan pada organisasi dan telah memberikan kepuasan walaupun hasilnya tidak sesuai dengan harapan konsumen (Astuti dkk, 2020). Kualitas pelayanan yang berbasis *website* seperti *mobile banking* adalah kemampuan layanan elektronik yang mampu memfasilitasi nasabah bertransaksi perbankan secara efektif dan kualitas layanan *mobile banking* teruji setelah nasabah mendapatkan layanan (Akob dan Sukarno, 2022). Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen, sedangkan tingkat kepuasan konsumen itu sendiri didapatkan dari perbandingan atas jenis pelayanan yang nyata diterima oleh konsumen dengan jenis pelayanan yang diharapkan oleh konsumen (Siadari dan Lutfi, 2020).

Berdasarkan pendapat para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima dari perusahaan. Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Dimensi kualitas pelayanan menurut Marliyah dkk (2021) adalah sebagai berikut:

a. Kemampuan Aplikasi

Kemampuan aplikasi merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi serta secara visual memiliki tampilan yang menarik dan didesain dengan baik.

b. Kualitas Informasi

Kualitas informasi meliputi keakuratan informasi yang diberikan oleh *mobile banking* kepada kepada pelanggannya. Kualitas informasi harus seakurat mungkin agar terhindar dari kesalahan-kesalahan dan tidak menyesatkan sehingga tidak diragukan kebenarannya.

c. Keandalan

Keandalan pada dasarnya mengacu pada persepsi pelanggan tentang keandalan situs dan keakuratan layanan yang dijanjikan kepada pelanggan seperti kecepatan proses transaksi, kesanggupan memenuhi harapan pelanggan dan akses yang mudah dimana saja.

d. Daya tanggap

Daya tanggap adalah persepsi pelanggan untuk mendapatkan tanggapan atau bantuan dengan cepat ketika mereka memiliki masalah atau pertanyaan.

e. Jaminan

Jaminan meliputi kepercayaan yang dirasakan pelanggan dalam berhubungan dengan situs resmi atau aplikasi sesuai dengan reputasi aplikasi dan barang atau jasa yang dijual, serta kejelasan dan keakuratan informasi yang diberikan.

f. Personalisasi

Personalisasi meliputi seberapa banyak dan seberapa mudah sebuah website atau aplikasi dapat dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan preferensi masing-masing.

B. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan suatu kondisi yang menggambarkan perasaan pelanggan senang atau kecewa tentang kinerja suatu produk atau layanan. Hal tersebut muncul ketika pelanggan telah membandingkan manfaat dan kesan dari suatu produk yang sudah digunakan. Apabila layanan *mobile banking* yang digunakan pelanggan dapat memberikan manfaat dan telah memenuhi harapan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya apabila layanan *mobile banking* tidak dapat memenuhi harapan maka pelanggan akan merasa tidak puas (Astuti dkk, 2020).

Berdasarkan uraian di atas, kepuasan adalah perasaan atau tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan setelah membeli atau menggunakan layanan. Jika kinerja yang dirasakan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan terhadap layanan maka mereka puas. Pentingnya membentuk kepuasan melalui harapan dan kesesuaian kinerja bukan saja agar pelanggan tidak kecewa, tetapi juga memberikan nilai guna yang lebih agar pelanggan tidak berpindah ke pesaing. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Dimensi kepuasan pelanggan menurut Marliyah dkk (2021) sebagai berikut:

a. Kesesuaian harapan

Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan. Harapan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum pelanggan membeli barang atau jasa tersebut. Kesesuaian ini meliputi produk yang diperoleh sesuai atau melebihi

dengan yang diharapkan, pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan, fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

b. Persepsi kinerja

Persepsi kinerja merupakan persepsi yang diciptakan oleh pelanggan terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka pelanggan akan merasa puas.

c. Penilaian pelanggan

Penilaian pelanggan merupakan total keseluruhan nilai dari pelanggan yang berkaitan dengan manfaat produk atau layanan berdasarkan manfaat apa yang akan diterima. Setelah pelanggan memberikan penilaian dari penggunaan layanan *mobile banking*, maka pelanggan akan membuat keputusan untuk menggunakan layanan tersebut atau tidak menggunakan. Keputusan yang dibuat oleh pelanggan akan memberikan pengaruh terhadap perilaku pelanggan dalam penggunaan layanan *mobile banking*. Pelanggan akan merasakan kepuasan apabila kinerja dari layanan *mobile banking* sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Sebaliknya, pelanggan akan merasakan ketidakpuasan layanan *mobile banking* apabila kinerja layanan tersebut tidak sesuai apa yang diharapkannya.

C. Loyalitas Pelanggan

1. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan pelanggan yang mempunyai komitmen untuk setia pada produk tertentu dan mempunyai niat untuk membeli ulang serta dapat merekomendasikan kepada pelanggan yang lainnya (Astuti dkk, 2020). Siadari dan Lutfi (2020) menjelaskan bahwa loyalitas merupakan kondisi psikologis yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka dan tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk.

Dari pendapat para ahli dapat disimpulkan bahwa loyalitas memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan karena pelanggan yang loyal merupakan pelanggan yang mempunyai komitmen untuk setia pada produk tertentu dan mempunyai niat untuk membeli ulang serta dapat merekomendasikan kepada pelanggan yang lainnya. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Mempertahankan pelanggan yang sudah ada berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Seorang pelanggan yang loyal tidak akan dengan mudah memindahkan pembeliannya ke produk atau jasa lain apapun yang terjadi dengan produk atau jasa tersebut. Pada umumnya pelanggan akan melanjutkan pembelian tersebut walaupun dihadapkan pada berbagai alternatif produk atau jasa dari pesaing yang menawarkan karakteristik yang lebih unggul dari berbagai sudut atributnya.

2. Dimensi Loyalitas Pelanggan

Dimensi loyalitas pelanggan menurut Marliyah dkk (2021) adalah sebagai berikut:

a. Menunjukkan kesetiaan

Kesetiaan merujuk pada sikap pelanggan yang setia terhadap sebuah produk atau layanan sehingga pelanggan tidak merasa tertarik untuk mencoba sebuah produk atau layanan lain dari perusahaan sejenis.

b. Mereferensikan kepada orang lain

Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan layanan yang digunakan kepada orang lain. Ketersediaan untuk merekomendasikan merupakan suatu cerminan kepuasan seorang pelanggan sehingga pelanggan ingin agar orang-orang terdekatnya juga ikut serta menggunakan layanan tersebut.

c. Keberlangsungan penggunaan aplikasi

Pelanggan yang sudah loyal cenderung akan menggunakan produk atau layanan yang sama di masa yang akan datang. Hubungan ini merupakan hubungan yang kuat dan erat antara perusahaan dengan pelanggan dan berlangsung dalam waktu yang cukup lama.

D. Penelitian Terdahulu

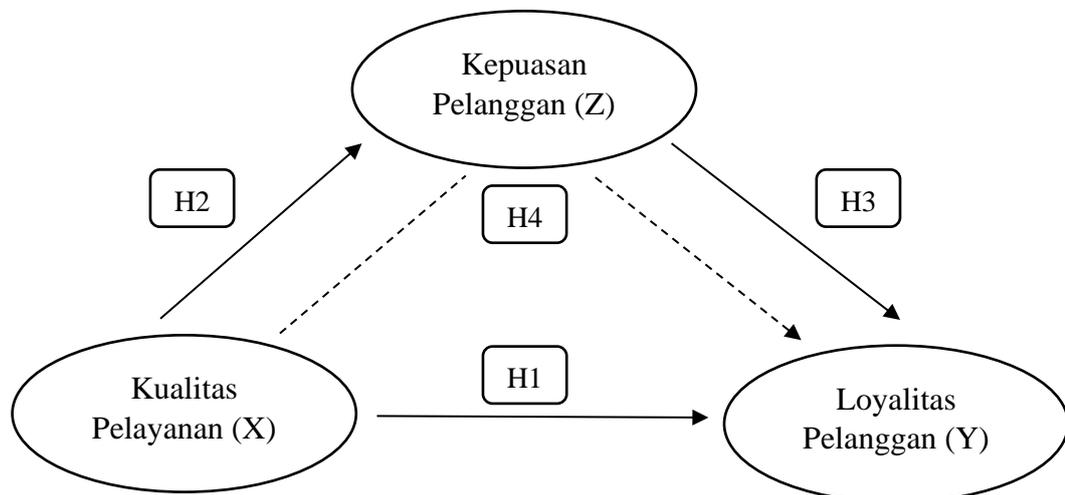
Tabel 4. Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Hubungan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu
1	<i>The Effect of E-Service Quality on Satisfaction and Its Impact on Customer Loyalty of Mobile banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan).</i>	Marliyah, M., Ridwan, M., & Sari, A. K. (2021). <i>Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)</i> (BIRCI-Journal) Volume 4, No 2, May 2021, Page: 2717-2729. Penerbit BIRCU-Publisher. (Sinta 3)	Terdapat pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan <i>mobile banking</i> Bank Syariah Mandiri KCP Belawan.	Peneliti menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data juga menggunakan kuesioner berbentuk skala likert. Memiliki persamaan dalam hipotesis yang diajukan. Objek penelitian juga memiliki persamaan yaitu <i>mobile banking</i> .
2	Pengaruh Kualitas Layanan <i>Mobile Banking</i> terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar	Rezki Arianty Akob dan Zulfikry Sukarno. (2022). <i>Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneursh ip</i> Vol. 11 No. 2 hal. 269 – 283. Penerbit Universitas Proklamasi 45, Yogyakarta. (Sinta 3)	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna bank BUMN di Makassar.	Peneliti menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Memiliki persamaan dalam hipotesis yang diajukan. Objek penelitian juga memiliki persamaan yaitu <i>mobile banking</i> .
3	<i>Internet Banking Service Quality, E-Customer Satisfaction and Loyalty: The Modified E-</i>	Raza S.A., Umer A., Qureshi M.A. and Dahri A.S. (2020). <i>The TQM Journal</i> , Vol. 32 No. 6, pp. 1443-1466. 2020. Penerbit	Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap	Peneliti menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas pelayanan dan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data juga menggunakan

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Hubungan Penelitian dengan Penelitian Terdahulu
	<i>SERVQUAL Model.</i>	Emerald. (Klasifikasi Q2)	loyalitas pelanggan.	kuesioner berbentuk skala likert. Memiliki persamaan dalam hipotesis yang diajukan. Objek penelitian juga memiliki kemiripan yaitu <i>internet banking</i> .
4	Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan <i>Mobile Banking</i> Syariah.	Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). <i>Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)</i> , vol. 19, no. 3, pp. 134-158. Penerbit <i>Master of Management Faculty of Economic and Business</i> , Universitas Diponegoro. (Sinta 3)	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah.	Peneliti menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas layanan dan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Memiliki persamaan dalam hipotesis yang diajukan. Objek penelitian juga memiliki persamaan yaitu <i>mobile banking</i> .
5	Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Penggunaan BNI <i>Mobile Banking</i> (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni).	Siadari, K., & Lutfi, A. (2020). <i>Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan</i> , 5(2), 155. Penerbit Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara. (Sinta 4)	Variabel citra perusahaan, kualitas layanan dan kepuasan juga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penggunaan fasilitas BNI <i>Mobile Banking</i> .	Peneliti menggunakan variabel yang sama yaitu kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data juga menggunakan kuesioner berbentuk skala likert. Memiliki persamaan hipotesis yang diajukan. Objek penelitian juga memiliki persamaan yaitu <i>mobile banking</i> .

E. Kerangka Pemikiran

Penelitian Marliyah dkk (2021) memiliki hasil bahwa terdapat pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *mobile banking* Bank Syariah Mandiri KCP Belawan. Penelitian Astuti dkk (2020) menghasilkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh para ahli terdahulu, maka model penelitian yang akan diajukan oleh peneliti saat ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
Sumber: Marliyah dkk (2021)

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Penelitian Astuti dkk (2020) menghasilkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini

membuktikan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka akan semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

Oleh sebab itu, hipotesis berasal dari kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya dan akan dijabarkan sebagai berikut:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.

H3: Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.

H4: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

III. METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017), metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada data konkrit, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Sumber Data

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2017), data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber data (tidak melalui perantara). Untuk memperoleh data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner terhadap masyarakat yang menggunakan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Sebuah penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah sehingga peneliti juga akan mendapatkan banyak referensi dari studi pustaka seperti jurnal, buku, dan lainnya. Menurut Sugiyono (2017) studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang terkait dengan nilai, budaya, dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti.

C. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner. Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Pengukuran data menggunakan skala likert 5 poin yang terdapat pada pernyataan yang diajukan kepada responden untuk memberikan persetujuan atau ketidaksetujuannya.

Menurut Sugiyono (2017) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Bentuk pada penilaian skala likert sebagai yaitu berikut:

- a. Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1 poin
- b. Tidak Setuju (TS) bernilai 2 poin
- c. Netral (N) bernilai 3 poin
- d. Setuju (S) bernilai 4 poin
- e. Sangat Setuju (SS) bernilai 5 poin

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat yang aktif sebagai pelanggan BCA *Mobile* di Kota Bandar Lampung.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari elemen-elemen populasi yang dipilih untuk penelitian. Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil berdasarkan metode *non probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Sampel ini akan diambil pada masyarakat di Kota Bandar Lampung.

Peneliti menggunakan cara *purposive sampling* untuk menentukan responden, yaitu peneliti memilih responden berdasarkan karakteristik dan pengalaman. Karakteristik dan pengalaman yang terkait ialah responden yang berdomisili di Kota Bandar Lampung dengan pengalaman menggunakan *BCA Mobile* selama tiga bulan dan pernah melakukan transaksi minimal dua kali sebelum kuesioner disebar dengan teknik penyebaran kuesioner menggunakan bentuk *google form*.

Penentuan jumlah sampel minimum dihitung berdasarkan rumus Hair dkk (2010) yaitu sebagai berikut:

$$n = 5-10 \times \text{jumlah indikator yang digunakan}$$

$$n = 5 \times 18$$

$$n = 90 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka jumlah sampel minimal yang diambil adalah 90 orang.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini telah melalui uji validitas dan uji reliabilitas oleh Marliyah dkk (2021) yang menunjukkan hasil bahwa indikator sudah valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini. Definisi untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas (*Independent variable*)

Variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X)

Tabel 5. Operasional Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X) Kualitas pelayanan menurut Marliyah dkk (2021) adalah pelayanan dengan memanfaatkan teknologi elektronik digital atau memanfaatkan internet sebagai upaya mempermudah pelanggan dalam bertransaksi dan memanfaatkan layanan bank.	Dimensi kualitas pelayanan menurut Marliyah dkk (2021) adalah sebagai berikut:	1. Tampilan yang menarik.	Likert
	1. Kemampuan aplikasi persepsi pelanggan terhadap tingkat kemudahan dalam menggunakan aplikasi serta secara visual memiliki tampilan yang menarik dan didesain dengan baik.	2. Mudah untuk digunakan 3. Mampu melakukan transaksi perbankan dengan cepat	
	2. Kualitas informasi	1. Informasi selalu terbaru	Likert
	Kualitas informasi meliputi keakuratan informasi yang diberikan oleh <i>mobile banking</i> kepada pelanggan.	2. Informasi yang diberikan akurat.	
	3. Keandalan	1. Memproses transaksi dengan benar	Likert
Keandalan pada dasarnya mengacu pada persepsi pelanggan tentang keandalan situs dan keakuratan layanan yang dijanjikan kepada pelanggan seperti kecepatan proses transaksi, kesanggupan memenuhi harapan pelanggan dan akses yang mudah dimana saja.	2. Dapat digunakan kapan saja		
4. Daya tanggap	1. Menyediakan solusi perbankan.	Likert	
Persepsi pelanggan untuk mendapatkan tanggapan atau bantuan dengan cepat ketika mereka memiliki masalah atau pertanyaan.	2. Membuat transaksi menjadi mudah		
5. Jaminan	1. Kebijakan mengenai syarat	Likert	

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	Jaminan meliputi kepercayaan yang dirasakan pelanggan dalam berhubungan dengan <i>website</i> atau aplikasi sesuai dengan reputasi aplikasi dan barang atau jasa yang dijual, serta kejelasan dan keakuratan informasi yang diberikan.	dan ketentuan aplikasi dapat diakses oleh pelanggan. 2. Terdapat sistem keamanan yang baik	
	6. Personalisasi Personalisasi dalam <i>e-services</i> meliputi seberapa banyak dan seberapa mudah sebuah <i>website</i> atau aplikasi dapat dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan preferensi masing-masing.	1. Kesesuaian layanan dengan kebutuhan pelanggan.	Likert

2. Variabel *Intervening*

Variabel *intervening* adalah variabel yang terdapat diantara variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel *intervening* adalah kepuasan pelanggan (Z).

Tabel 6. Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kepuasan Pelanggan (Z) Marliyah dkk (2021) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa dalam diri seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (atau hasil) produk yang dirasakan	Dimensi kepuasan pelanggan menurut Marliyah dkk (2021) adalah sebagai berikut: 1. Kesesuaian harapan Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan.	1. Kesesuaian harapan dan yang dirasakan dalam menggunakan aplikasi	Likert
	2. Persepsi kinerja Persepsi kinerja merupakan persepsi yang diciptakan oleh pelanggan terhadap kinerja aktual ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.	1. Persepsi kinerja yang dirasakan oleh pelanggan saat menggunakan aplikasi.	Likert

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
dengan yang diharapkan.	3. Penilaian pelanggan Total keseluruhan nilai dari pelanggan yang berkaitan dengan manfaat produk atau layanan berdasarkan manfaat apa yang akan diterima.	1. Penilaian aplikasi secara keseluruhan oleh pelanggan.	Likert

3. Variabel Terikat (*Dependent variable*)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah loyalitas pelanggan (Y).

Tabel 7. Operasional Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Loyalitas Pelanggan (Y) Marliyah dkk (2021) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan dipahami sebagai kombinasi dari sikap yang disukai pelanggan dan perilaku pembelian kembali.	Dimensi loyalitas pelanggan menurut Marliyah dkk (2021) adalah sebagai berikut: 1. Menunjukkan kesetiaan Sikap pelanggan yang setia terhadap sebuah produk atau layanan sehingga pelanggan tidak merasa tertarik untuk mencoba sebuah produk atau layanan lain dari perusahaan sejenis.	1. Menunjukkan kesetiaan terhadap aplikasi	Likert
	2. Mereferensikan kepada orang lain Ketersediaan pelanggan untuk merekomendasikan layanan yang digunakan kepada orang lain.	1. Mereferensikan kepada orang lain untuk menggunakan aplikasi.	Likert
	3. Keberlangsungan penggunaan aplikasi Pelanggan yang sudah loyal cenderung akan menggunakan produk atau layanan yang sama di masa yang akan datang.	1. Akan terus menggunakan aplikasi di kemudian hari.	Likert

F. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dimaksudkan untuk mengukur ketepatan alat ukur yang digunakan dalam instrumen daftar pertanyaan. Dengan kata lain indikator yang digunakan dalam alat ukur apakah tepat atau valid sebagai pengukuran variabel dari suatu konsep yang sebenarnya. Pada penelitian ini untuk menguji valid atau tidak alat ukur dengan cara analisis menggunakan *Kaiser-Meyer-Olkin Measure 30 of Sampling Adequacy* (KMO MSA) dan *loading factor* dibantu dengan aplikasi SPSS versi 25. Dalam menguji instrumen daftar pertanyaan, maka data yang akan digunakan dalam uji validitas sebanyak 30 orang responden (Singarimbun dan Efendi, 1995). Dengan jumlah minimal 30 orang responden maka distribusi nilai akan lebih mendekati kurva normal.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner bisa dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh pertanyaan dalam penelitian ini dengan menggunakan fasilitas *cronbach alpha*, sebuah instrumen yang memiliki reliabilitas tinggi jika nilai *cronbach alpha* > 0,70.

G. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, dengan bentuk pengujian hipotesis dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. H_0 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $\text{sig } t < \alpha$ (0,05)
- b. H_0 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $\text{sig } t > \alpha$ (0,05)

2. Uji Sobel (*Sobel Test*)

Uji sobel merupakan uji untuk mengetahui apakah hubungan yang melalui sebuah variabel mediasi secara signifikan mampu sebagai mediator dalam hubungan tersebut. Nilai Z berdasarkan uji sobel dapat dihitung secara manual dengan formulasi pada persamaan berikut (Akob dan Sukarno, 2022):

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 SE_a^2 + a^2 SE_b^2}}$$

Keterangan:

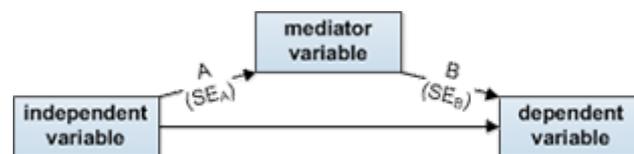
a = koefisien regresi variabel independen terhadap variabel mediasi

b = koefisien regresi variabel mediasi terhadap variabel dependen

SEa = *standard error of estimation* variabel independen terhadap variabel mediasi

SEb = *standard error of estimation* variabel mediasi terhadap variabel dependen.

Perhitungan nilai Z juga dapat dihitung menggunakan bantuan *statistics calculators* melalui *danielsoper* (2024) yang bertujuan untuk memastikan bahwa variabel mediasi benar-benar memberikan efek mediasi.



Gambar 2. Konsep Uji Sobel

Keterangan:

A = Koefisien variabel independen terhadap variabel mediasi

B = Koefisien variabel mediasi terhadap variabel dependen

SEA = *standard error* variabel independen terhadap variabel mediasi

SEB = *Standard error* variabel mediasi terhadap variabel dependen.

H. Analisis Data

Data dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana menggunakan bantuan *software* SPSS 25. Adapun model persamaan struktural yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$\text{Persamaan I) } Z = \alpha + \beta.X$$

$$\text{Persamaan II) } Y = \alpha + \beta.X$$

$$\text{Persamaan II) } Y = \alpha + \beta.Z$$

Keterangan:

Y = Loyalitas

X = Kualitas Pelayanan

Z = Kepuasan Pelanggan

α = Nilai Konstanta

β = Koefisien Regresi

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan BCA *Mobile* di Kota Bandar Lampung. Indikator “mudah digunakan” merupakan indikator dari kualitas pelayanan yang mendapatkan penilaian tertinggi oleh pelanggan sedangkan indikator “informasi selalu terbaru” menjadi indikator terendah dalam variabel kualitas pelayanan. Desain dan fitur yang ditampilkan menciptakan kesan kesederhanaan dan kemudahan sehingga terkesan praktis untuk digunakan. Hal ini yang menjadikan pelanggan tetap menggunakan BCA *Mobile* meskipun memiliki alternatif menggunakan *mobile banking* lainnya.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan BCA *Mobile* di Kota Bandar Lampung. Tampilan aplikasi yang mudah dipahami dengan ikon dan label yang jelas menjadi faktor yang menciptakan kepuasan bagi pelanggan saat menggunakan BCA *Mobile*. Hal ini menunjukkan arti bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, maka semakin besar pula rasa kepuasan yang diberikan terhadap BCA *Mobile*.
3. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan BCA *Mobile* di Kota Bandar Lampung. Indikator “kesesuaian harapan” merupakan indikator dari kepuasan pelanggan yang mendapatkan penilaian tertinggi oleh pelanggan sedangkan “penilaian secara keseluruhan” menjadi indikator terendah yang dirasakan oleh pelanggan. Fitur yang dapat di akses dimana saja dan kapan saja dianggap

sebagai kemudahan yang memberikan efisiensi waktu bagi pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ekspektasi yang diharapkan oleh pelanggan saat menggunakan aplikasi mampu terpenuhi dengan baik oleh *BCA Mobile*.

4. Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung dimediasi oleh variabel kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik dan diikuti oleh rasa kepuasan pelanggan yang tinggi dapat menciptakan sikap loyal pelanggan terhadap *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka saran yang dapat berikan yaitu sebagai berikut:

1. Pada kualitas pelayanan, terdapat banyak keluhan mengenai gangguan atau *error* yang terjadi. Keluhan saat mengakses *BCA Mobile* bahkan menjadi pembahasan menarik sehingga menjadi *trending topic* dalam sosial media X (*twitter*). Peneliti menyarankan agar *BCA Mobile* memberikan informasi resmi atau klarifikasi secepatnya jika terjadi gangguan sistem internal di *BCA Mobile*. Informasi resmi atau klarifikasi ini berisi informasi mengenai persoalan yang sedang terjadi dan bisa ditampilkan pada sosial media milik BCA, sehingga menjadi solusi penting agar pelanggan *BCA Mobile* tidak panik serta memberikan ketenangan tanpa harus bertanya-tanya hingga menjadi cuitan viral seperti yang terjadi di sosial media X (*Twitter*). *BCA Mobile* juga harus aktif untuk menginformasikan kepada pelanggannya agar rutin memperbarui aplikasi secara berkala untuk memastikan bahwa informasi yang disediakan kepada pengguna selalu terbaru dan akurat. Bentuk informasi ini bisa disampaikan melalui notifikasi pada pesan atau pada aplikasi *BCA Mobile*.
2. Pada variabel kepuasan pelanggan, penilaian secara keseluruhan menjadi indikator terendah yang dirasakan oleh pelanggan. Peneliti menyarankan agar *BCA Mobile* terus aktif meminta umpan balik dari pelanggan dengan menambahkan fitur penilaian atau kotak saran yang bisa ditampilkan

setelah pelanggan selesai melakukan transaksi di aplikasi. Selain itu, survei kepuasan terhadap pelanggan juga bisa dilakukan oleh *BCA Mobile* untuk mengetahui dan melihat tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan saat menggunakan aplikasi. Dari hasil umpan balik atau survei tersebut bisa menciptakan banyak informasi yang masuk sehingga *BCA Mobile* bisa selalu melakukan evaluasi dan perbaikan layanan kepada pelanggannya. Upaya ini bisa menjadi keunggulan bagi *BCA Mobile* karena dengan mendengarkan informasi dari pelanggan maka *BCA Mobile* mampu meningkatkan pelayanan yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan pelanggannya.

3. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada variabel penelitian dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung. Bagi penelitian selanjutnya, peneliti menyarankan untuk memperdalam faktor-faktor apa saja selain kualitas pelayanan dan kepuasan yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap *BCA Mobile* di Kota Bandar Lampung. Jika jumlah variabel yang diteliti lebih bervariasi, maka hasil penelitian selanjutnya dapat lebih mendalam lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Y. W., Agriyanto, R., & Turmudzi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(3), 134–158. <https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>
- Bca.co.id (2024). Tentang BCA. Dari bca.co.id. <https://www.bca.co.id/id/tentang-bca>. Diakses pada 08 Januari 2024.
- Bca.co.id (2024). Fitur Layanan BCA *Mobile*. Dari bca.co.id. <https://www.bca.co.id/id/Individu/layanan/e-banking/BCA-Mobile>. Diakses pada 08 Januari 2024.
- Bca.co.id (2024). Syarat dan Ketentuan BCA *Mobile*. Dari bca.co.id. <https://www.bca.co.id/id/Syarat-dan-Ketentuan/BCA-mobile>. Di akses 08 Januari 2024.
- Danielsoper.com. (2024). *Statistic calculator*. Dari danielsoper.com. <https://www.danielsoper.com/statcalc/calculator.aspx?id=31>. Diakses 16 Januari 2024.
- Dewi, I.R. (2023). *M Banking BCA Error*, Netizen Heboh. Dari cnbcindonesia.com. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20230227152420-37-417323/mbanking-bca-error-netizen-heboh>. Diakses 16 Oktober 2024.
- Fadhilah, Annisa (2024). BRI Raih Penghargaan *Mobile Banking Dan Chatbot Terbaik*. Dari finance.detik.com. <https://finance.detik.com/moneter/d-7320761/bri-raih-penghargaan-mobile-banking-dan-chatbot-terbaik/amp>. Diakses 26 September 2024.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hair, Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, & L. Tatham (2010). *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Pearson Education.
- Ismoyo, Bambang (2023). Layanan *Mobile Banking* Kembali Mengalami Gangguan, Ini Kata BCA. Dari tribunnews.com.

<https://www.tribunnews.com/bisnis/2023/03/20/layanan-mobile-banking-kembali-mengalami-gangguan-ini-kata-bca>. Diakses 16 Oktober 2024.

- Marliyah, M., Ridwan, M., & Sari, A. K. (2021). The effect of E-service quality on satisfaction and its impact on customer loyalty of Mobile Banking Users (Case Study of Bank Syariah Mandiri KCP Belawan). *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2717–2729. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1980>.
- Melani, Agustina (2023). BCA Minta maaf usai layanan BCA *Mobile error* hari ini 25 September 2023. Dari liputan6.com. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5406613/bca-minta-maaf-usai-layanan-bca-mobile-error-hari-ini-25-september-2023>. Diakses 08 Januari 2024
- Play.google.com. (2024). Tampilan dan Informasi tentang BCA *Mobile*. Dari play.google.com. <https://play.google.com/store/search?q=bca%20mobile&c=apps&hl=en>. Diakses 16 Oktober 2024.
- Raza, S.A., Umer, A., Qureshi, M.A. and Dahri, A.S. (2020). Internet Banking Service Quality, E-Customer Satisfaction and Loyalty: The Modified E-SERVQUAL Model. *The TQM Journal*, Vol. 32 No. 6, pp. 1443-1466. <https://doi.org/10.1108/TQM-02-2020-0019>.
- Siadari, K., & Lutfi, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 155. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v5i2.11223>.
- Rezki Arianty Akob dan Zulfikry Sukarno. (2022). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship* Vol. 11 No. 2 hal. 269 – 283. Penerbit Universitas Proklamasi 45, Yogyakarta.
- Singarimbun, M dan Efendi. (1995). *Metode Penelitian Survey*. PT Pustaka LP3ES. Jakarta.
- Sugiyono. (2015). *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Yogatama, B.K. (2023). Layanan BCA *Mobile* Sempat Terganggu, Nasabah Diminta Tetap Waspada. Dari Kompas. <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2023/05/14/layanan-bca-mobile-semat-terganggu-karena-pemeliharaan-rutin>. Diakses 16 Oktober 2024.