

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS LAYANAN PERBANKAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS ELEKTRONIK PADA NASABAH BCA DI INDONESIA

Oleh

YOVITA YUANTARI CHRISTI HADI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan perbankan berbasis digital terhadap kepuasan elektronik (*e-satisfaction*) dan loyalitas elektronik (*e-loyalty*) nasabah Bank Central Asia (BCA) di Indonesia. Layanan digital perbankan seperti aplikasi *BCA Mobile* dan *myBCA* semakin menjadi kebutuhan utama bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan yang cepat, aman, dan praktis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 240 responden yang merupakan pengguna aktif layanan digital BCA. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* maupun *e-loyalty*. Dimensi *reliability* memiliki pengaruh terbesar terhadap *e-satisfaction*, sedangkan *convenience* memberikan pengaruh paling dominan terhadap *e-loyalty*. Selain itu, *e-satisfaction* juga terbukti berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*, meskipun dengan pengaruh yang relatif kecil. Temuan ini mempertegas pentingnya peningkatan kualitas layanan digital sebagai strategi untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah. Implikasi manajerial dari penelitian ini mengarahkan pihak BCA untuk lebih fokus pada optimalisasi kenyamanan dan keandalan sistem digital, peningkatan responsivitas layanan, serta penguatan aspek keamanan dan kepercayaan digital guna menciptakan pengalaman digital untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabahnya.

Kata Kunci: kualitas layanan digital, kepercayaan elektronik, kepuasan elektronik, loyalitas elektronik.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF DIGITAL BANKING SERVICE QUALITY ON ELECTRONIC SATISFACTION AND ELECTRONIC LOYALTY AMONG BCA CUSTOMERS IN INDONESIA

BY

YOVITA YUANTARI CHRISTI HADI

This study aims to analyze the influence of digital banking service quality on electronic satisfaction (e-satisfaction) and electronic loyalty (e-loyalty) of customers of Bank Central Asia (BCA) in Indonesia. Digital banking services such as BCA Mobile and myBCA have increasingly become essential for customers to carry out fast, secure, and convenient financial transactions. The research adopts a quantitative approach using a survey method involving 240 respondents who are active users of BCA's digital services. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with the help of SmartPLS software.

The analysis results indicate that all dimensions of service quality have a positive and significant effect on both e-satisfaction and e-loyalty. The reliability dimension has the greatest influence on e-satisfaction, while convenience exerts the most dominant impact on e-loyalty. Additionally, e-satisfaction is also proven to have a positive effect on e-loyalty, although with a relatively small coefficient. These findings reinforce the importance of improving digital service quality as a strategy to maintain and enhance customer satisfaction and loyalty. The managerial implications of this study suggest that BCA should focus more on optimizing the convenience and reliability of its digital systems, improving service responsiveness, and strengthening aspects of security and digital trust to deliver an excellent digital experience and sustain customer loyalty.

Keywords: *digital service quality, electronic trust, electronic satisfaction, electronic loyalty*