

## **ABSTRACT**

*Access information more quickly and easily create a community gathering as much information about the product before deciding to use. PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) as one of the state-owned company that has the largest number of customers in Indonesia, which introduced a system of internet banking transactions banking. Kepuasan customers in the context of e-commerce, requires a clear understanding of the meaning of the customer satisfaction. This type of research uses explanatory research approach with the questionnaire as a data collection tool with until by 83 respondents in Jakarta with the sampling method that is non-probability sampling and the type of sample used is purposive sampling. Techniques of analysis using models inner and outter test models with 3.0 smartPLS tools. Based on calculations indicated by the R2 value of 0.689 for customer satisfaction and customer loyalty at 0.612. It shows also that the quality of service that is mediated by the level of customer satisfaction is able to explain the loyalty of customers amounted to 61.2%. While the remaining 38.8% is explained by other variables not observed. Based on the results of data analysis can be concluded the positive influence the quality of service and level of customer satisfaction on customer loyalty and has a degree of closeness of relationship is strong, it means that if the quality of service is improved then it will result in the level of customer satisfaction and loyalty is high.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## ABSTRAK

Akses informasi yang semakin cepat dan mudah membuat masyarakat mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya mengenai produk sebelum memutuskan untuk menggunakan. PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai salah satu perusahaan BUMN yang memiliki jumlah nasabah terbesar di Indonesia, yang menerapkan sistem transaksi perbankan *internet banking*. Kepuasan pelanggan dalam konteks *e-commerce*, memerlukan pemahaman yang jelas tentang arti dari kepuasan pelanggan tersebut. Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan *explanatory research* dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data dengan sampel sebesar 83 responden di Jakarta dengan metode pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling* dan jenis sampel yang digunakan adalah *sampling purposive*. Teknik analisa yang menggunakan uji *inner model* dan *outter model* dengan alat bantu smartPLS 3.0. Berdasarkan hasil perhitungan ditunjukkan dengan nilai  $R^2$  untuk kepuasan nasabah sebesar 0,689 dan loyalitas nasabah sebesar 0,612. Hal ini menunjukkan juga bahwa kualitas layanan yang dimediasi oleh tingkat kepuasan nasabah mampu menjelaskan loyalitas nasabah sebesar 61,2%. Sedangkan sisanya 38,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati. Berdasarkan hasil analisa data dapat disimpulkan adanya pengaruh positif kualitas layanan dan tingkat kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan memiliki tingkat keeratan hubungan yang kuat, hal ini berarti apabila kualitas layanan ditingkatkan maka akan mengakibatkan tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah yang tinggi.

**Kata Kunci :** Kualitas Layanan, Tingkat Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA