

ABSTRAK

Nama : Lilik Suryani
NIM : 3012201011
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Teknologi Perbankan dan *Brand Image* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI KCU Jakarta Pusat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah, Teknologi Perbankan terhadap Loyalitas Nasabah, dan Brand Image terhadap Loyalitas Nasabah. Penelitian ini menggunakan IBM SPSS versi 20. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah jumlah nasabah selama tiga bulan yaitu sebanyak 100 responden dengan penentuan sampel menggunakan rumus slovin diperoleh jumlah sampel 80 responden.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan hasil Uji Parsial (Uji t) yaitu Kualitas Layanan : t hitung = 0,028, sig = 0,978 artinya tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Teknologi Perbankan : t hitung = 3,010, sig = 0,004 artinya signifikan terhadap loyalitas nasabah. Brand Image : t hitung = 6,719, sig = 0,000 artinya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan untuk Uji Simultan (Uji F), nilai F = 134,862, sig = 0,000 artinya semua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, teknologi perbankan dan brand image berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Ini ditunjukkan dengan nilai R-Square sebesar 0,836 atau 83,6% dan sisanya 16,4% dijelaskan oleh variabel yang lain diluar penelitian ini yang merupakan kontribusi dari variabel bebas selain variabel dalam penelitian.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Teknologi Perbankan, *Brand Image*, Loyalitas Nasabah

Referensi : 25 Buku, 20 Jurnal

Jakarta, 06 Agustus 2024

ABSTRACT

Name : Lilik Suryani

Student id : 3012201011

Title : The Influence of Service Quality, Banking Technology and Brand Image on Customer Loyalty of Bank BNI KCU Central Jakarta

This study aims to determine the effect of Service Quality on Customer Loyalty, Banking Technology on Customer Loyalty, and Brand Image on Customer Loyalty. This study uses IBM SPSS version 20. The population in this study is the number of customers for three months, namely 100 respondents with sample determination using the slovin formula, the number of samples obtained is 80 respondents.

This research uses a quantitative method with the results of the Persial Test (t Test), namely Service Quality: $t = 0.028$, $\text{sig} = 0.978$, meaning it has no significant effect on customer loyalty. Banking Technology: $t = 3.010$, $\text{sig} = 0.004$, meaning it is significant for customer loyalty. Brand Image: $t = 6.719$, $\text{sig} = 0.000$, meaning it has a significant effect on customer loyalty. Meanwhile, for the Simultaneous Test (F Test), the F value = 134.862, $\text{sig} = 0.000$, meaning that all independent variables have a positive and significant effect on customer loyalty.

The conclusion from the results of this study can be seen that the variables of service quality, banking technology and brand image have an effect on customer loyalty. This is indicated by the R-Square value of 0.836 or 83.6% and the remaining 16.4% is explained by other variables outside this research which is the contribution of independent variables other than the variables in the research.

Keywords : Service Quality, Banking Technology, Brand Image, Customer Loyalty

Referencess : 25 Books, 20 Journals

Jakarta, 06th August 2024