

# Efek Mediasi Kepuasan Konsumen dalam Hubungan antara Pengalaman Konsumen dan Intensi Penggunaan Kembali pada Nasabah Bank Jago = Mediation Effect of Consumer Satisfaction in the Relationship between Consumer Experience and Intention to Reuse on Bank Jago's Customers

Ahmad Yusuf Bryan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20519621&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

Dalam beberapa tahun terakhir, bank digital telah melakukan ekspansi besar-besaran untuk mendorong nasabah menyimpan dan mengelola asetnya secara digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor pengalaman konsumen seperti kegunaan, kenyamanan, keterlibatan karyawan-konsumen, keamanan, dan fitur terhadap intensi menggunakan kembali dan pengaruh kepuasan konsumen dalam memediasi hubungan keduanya. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 309 nasabah bank Jago. Selanjutnya, pemodelan persamaan struktural (SEM) digunakan untuk menguji hipotesis dan pengaruh mediasi kepuasan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh faktor dari pengalaman konsumen memiliki pengaruh terhadap intensi penggunaan kembali. Sehingga, kepuasan konsumen memediasi sebagian hubungan pengalaman konsumen dan intensi penggunaan kembali. Kajian ini berkontribusi pada pembentukan keinginan nasabah untuk menggunakan kembali bank digital dan memberikan pengetahuan bagi para praktisi untuk mengembangkan bank dan strategi pengelolaan nasabah. ....In recent years, digital banks have carried out massive expansions to encourage customers to save and manage their assets digitally. This study aimed to analyze the impact of customer experience factors such as usefulness, convenience, employeecustomer engagement, security, and feature on the intention to reuse and the influence of consumer satisfaction in mediating the relationship between consumer experience and intention to reuse. A survey was conducted using a questionnaire distributed to 309 Bank Jago's customers. Furthermore, structural equation modelling (SEM) was used to test the hypotheses and the mediation effect of customer satisfaction. The results showed that all factors of customer experience are directly affected intention to reuse. Thus, consumer satisfaction partially mediated the relationship between consumer experience and intention to reuse. This study contributes to the formation of customers' desire to reuse digital banks and provides knowledge for the practitioners to develop bank and customer management strategies.