

Analisis Pengaruh Customer Experience terhadap Loyalitas Konsumen dan Intensi Penggunaan Kembali pada M-Banking Bank Jago = Analysis of Influence of Customer Experience on Consumer Loyalty and Continue Usage Intention on M-Banking Bank Jago

Bilal Mustaqim, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20521217&lokasi=lokal>

Abstrak

Mobile Banking adalah salah satu inovasi yang paling menjanjikan dewasa ini karena memberikan kepraktisan bagi bank dan nasabahnya. Mobile Banking merupakan fitur utama yang ditawarkan oleh Bank Jago yang merupakan sebuah bank digital. Bank Jago berhasil mengakuisisi dua juta pelanggan hanya dalam lima kuartal. Fenomena ini sangat menarik sehingga penulis membangun penelitian ini yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari Trust, Convenience, Social Influence, App Attributes, dan Customer Support terhadap Customer Experience beserta pengaruhnya terhadap Customer Loyalty dan Continue Usage Intention kepada pengguna m-banking Bank Jago. Sampel yang diteliti adalah pengguna m-banking Bank Jago yang berdomisili di Indonesia dan berusia antara 18-35 tahun. Data didapatkan dari 314 responden menggunakan non-probability convenience sampling yang dianalisis menggunakan metode structural equation modelling (SEM) dengan software SmartPLS 3.2.9. Hasil analisis menunjukkan Trust, Convenience, dan App Attributes berpengaruh positif terhadap Customer Experience. Sedangkan Social Influence dan Customer Support tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Customer Experience. Continue Usage Intention dipengaruhi paling besar oleh Customer Experience setelah itu diikuti oleh Customer Loyalty.

.....Mobile Banking is one of the most promising innovations today because it provides many benefits for banks and their customers. Mobile Banking is the main feature offered by Bank Jago which is a digital bank. Bank Jago succeed to acquire two million customers in just five quarters. This phenomenon is very interesting, so the authors built this study which aims to analyze the effect of Trust, Convenience, Social Influence, App Attributes, and Customer Support on Customer Experience and their effect on Customer Loyalty and Continue Usage Intention on Bank Jago m-banking users. In context of m-banking Bank Jago among millennials and Gen Z in Indonesia. Data gathered from 314 respondents using non-probability convenience sampling that is analyzed using structural equating modelling (SEM) using SmartPLS 3.2.9. Result shows app attributes has primary impact on customer experience of millennials and Gen Z users that is followed by convenience and trust. Moreover, customer experience has primary impact on continue usage intention and followed by customer loyalty.