

PENGARUH IT-BASED SERVICE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA BANK BNI DI KOTA SEMARANG

NAFIS SAMAWATI

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201002059@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAKSI

IT-Based Service adalah salah satu pelayanan jasa bank yang memungkinkan nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi dan melakukan transaksi perbankan melalui jaringan internet, dan bukan merupakan bank yang hanya menyelenggarakan layanan perbankan melalui internet. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas jasa IT-based Service terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI di area Kota Semarang.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari kuesioner dan beberapa observasi serta wawancara langsung dengan pihak terkait dengan IT-Based Service. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda dengan menggunakan uji hipotesis, yaitu uji F dan uji t. Dari penelitian ini dapat disimpulkan berdasarkan uji statistik bahwa variabel kualitas jasa yang terdiri dari kemudahan, kesesuaian, performa, efisiensi, kredibilitas, sensasi, informasi secara bersama-sama (simultan-uji F) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel loyalitas konsumen. Berdasarkan uji t, variabel kemudahan (X1), kesesuaian (X2), performa (X3), efisiensi (X4), kredibilitas (X5), sensasi (X6), informasi (X7) memiliki pengaruh yang positif dengan tingkat signifikan masing-masing terhadap variabel loyalitas konsumen (Y).

Penelitian ini memperoleh nilai Adjusted R Square sebesar 0,353, hal ini berarti 35,3% loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel reliabilitas, kemudahan, kesesuaian, performa, efisiensi, kredibilitas, sensasi, informasi sedangkan sisanya yaitu 64,7% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : IT-BASED SERVICE, LOYALITAS KONSUMEN

THE EFFECT OF IT-BASED SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY OF BANK BNI IN SEMARANG

NAFIS SAMAWATI

Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : 211201002059@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

ABSTRACT

IT - Based Service is one of the bank services that enable customers to obtain information , communicate and conduct banking transactions through the Internet , and not the banks offer only banking services over the internet . This study aims to analyze the influence of the quality of IT-based service on customer loyalty in BNI in Semarang area .

The data used in this study were obtained from questionnaires and some observations as well as interviews with the parties directly related to IT-Based Service. The analysis technique used is multiple regression using a hypothesis test, the F test and t test. From this study it can be concluded based on the statistical test that the variable quality of services consisting of convenience, suitability, performance, efficiency, credibility, sensation, information together (simultaneous F - test) has a positive influence on customer loyalty variables. Based on the t test, variable convenience(X1), suitability(X2), performance(X3), efficiency(X4), credibility (X5), sensation(X6), information (X7) has a positive effect with a significant level of each of the consumer loyalty variable (Y).

This study scored Adjusted R Square of 0.353, this means that 35.3% of customer loyalty can be explained by the variable reliability, convenience, compatibility, performance, efficiency, credibility, sensation, information while the remaining 64.7% of consumer loyalty influenced by variables other variables not examined in this study.

Keyword : IT-BASED SERVICE, CONSUMER LOYALTY.