

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

1.1.1 Sejarah Bank Mandiri

Pada tanggal 2 Oktober 1998, Bank Mandiri diinisiasi dalam rangka program restrukturisasi sektor perbankan yang dilaksanakan pemerintah Indonesia. Keempat bank yang berstatus badan usaha milik negara, yakni Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia, secara resmi menyatukan diri pada bulan Juli 1999 untuk membentuk Bank Mandiri. Masing-masing bank tersebut berperan penting dalam kemajuan pembangunan ekonomi Indonesia. Sampai hari ini, Bank Mandiri berlanjut dalam menjalankan program dan menjaga warisan-tradisinya yang telah berlangsung selama lebih dari 140 tahun, terlibat aktif dalam memajukan sektor perbankan dan ekonomi Indonesia (bankmandiri, 2023).

1.1.2 Visi dan Misi Bank Mandiri

Visi Bank Mandiri adalah menjadi pilihan utama sebagai mitra finansial, sedangkan Misi Bank Mandiri adalah memberikan solusi perbankan digital yang handal dan mudah digunakan yang menjadi integral dalam kehidupan para nasabah.

Nilai-nilai utama Bank Mandiri adalah

1. Amanah, menunjukkan amanah dengan memegang kuat kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten, terus meningkatkan kompetensi melalui pembelajaran berkelanjutan dan pengembangan kapabilitas.
3. Harmoni, menciptakan harmoni melalui sikap peduli dan penghargaan terhadap keragaman.
4. Loyal, menunjukkan loyalitas dengan berdedikasi tinggi dan memberikan prioritas kepada kepentingan bangsa dan negara.

5. Adaptif, beradaptasi dengan aktif, terus berinovasi, dan antusias dalam menghadapi perubahan.
6. Kolaboratif, kerja sama dibangun secara sinergis dan kolaboratif (bankmandiri,2023).

Guna memenuhi tuntutan nasabah yang terus berkembang seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, Bank Mandiri menawarkan solusi perbankan digital yang menyeluruh, yang dapat diakses baik oleh nasabah ritel maupun bisnis korporasi. Hal ini diwujudkan melalui infrastruktur digital Bank Mandiri yang terintegrasi dengan ekosistem bisnis digital. Salah satu aplikasi yang mencerminkan konsep ini adalah Livin' by Mandiri (bankmandiri, 2023).

1.1.3 Livin' by Mandiri

Livin' by Mandiri adalah aplikasi *mobile banking* dari Bank Mandiri yang mempermudah nasabah dalam mengatur keuangan. Livin' by Mandiri telah mengalami pembaharuan dari yang sebelumnya berlogo biru, sekarang berlogo kuning (Pradana, 2023). Tiga hal yang membuat Livin' by Mandiri menjadi sahabat terbaik dalam hal finansial yaitu :

1. Pengalaman banking komprehensif.

Tanpa harus pergi ke kantor cabang, semua layanan perbankan, kini ada di genggaman.

2. Layanan finansial lengkap.

Semua kebutuhan finansial dapat terpenuhi melalui satu aplikasi.

3. Ekosistem terbuka.

Livin' by Mandiri terintegrasi dengan ekosistem digital, lebih fleksibel, lebih praktis (bankmandiri, 2023).

Livin' by Mandiri merupakan finansial *super apps* dengan fitur unggulan sebagai berikut :

1. Tinggal selfie tabungan jadi.
2. *Quick pick* transaksi favorit.
3. Cek saldo dan *top up* otomatis *e-wallet*.

4. Tarik tunai tanpa kartu.
5. Satu aplikasi untuk semua.
6. *Smart Reminder e-statement, e-billing*
7. *Cashless* dengan *QRIS*.
8. *Goal saving* dan deposito (bankmandiri, 2023)

Livin' by Mandiri adalah sebuah aplikasi perbankan berbasis mobile yang disediakan oleh Bank Mandiri, bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam mengelola aspek keuangan. Aplikasi ini telah mengalami perubahan logo dari yang sebelumnya berwarna biru menjadi berwarna kuning (Pradana,2023). Terdapat tiga aspek utama yang menjadikan Livin' by Mandiri sebagai mitra terbaik dalam hal manajemen finansial:

1. Pengalaman perbankan yang komprehensif
Nasabah dapat mengakses berbagai layanan perbankan tanpa harus pergi ke kantor cabang, semuanya tersedia dalam genggaman.
2. Layanan finansial yang lengkap
Semua kebutuhan finansial dapat dipenuhi melalui satu aplikasi, memberikan kenyamanan bagi nasabah.
3. Ekosistem yang terbuka
Livin' by Mandiri terintegrasi dengan berbagai aspek ekosistem digital, memberikan fleksibilitas dan praktisitas yang tinggi.

Livin' by Mandiri juga dikenal sebagai aplikasi finansial *super app* dengan fitur-fitur unggulan berikut:

1. Kemudahan pembukaan tabungan melalui proses selfie.
2. Transaksi cepat dengan daftar transaksi favorit.
3. Cek saldo dan top up e-wallet secara otomatis.
4. Penarikan tunai tanpa menggunakan kartu.
5. Semua layanan dalam satu aplikasi.
6. Pengingat cerdas untuk e-statement dan e-billing.

7. Transaksi nontunai dengan QRIS.
8. Fitur goal saving dan deposito.

1.1.4 *Brand Story* Livin' by Mandiri.

Livin' by Mandiri mengusung moto "Living a lively life with Livin' by Mandiri," yang memiliki konsep berikut:

1. Meningkatkan semangat dalam menjalani kehidupan dengan bantuan Mandiri dalam mengendalikan aspek keuangan, sehingga nasabah dapat tetap memiliki kendali penuh atas hidup mereka.
2. Dengan brand essence yang menekankan kendali atas kehidupan dan menargetkan segmen pasar yang menghargai inovasi dan personalisasi dalam kehidupannya.
3. Menggunakan unsur kata "mandiri" untuk menciptakan citra kepercayaan pada merek Livin' yang baru diperkenalkan. Frasa "by Mandiri" merepresentasikan keterkaitan dengan Mandiri Group. Aplikasi Livin' diharapkan tidak hanya menjadi pintu akses ke produk-produk Bank Mandiri, tetapi juga produk-produk dari anak perusahaan bank tersebut (bankmandiri,2023).

1.1.5 Logo Livin' by Mandiri



Gambar 1.1 Logo Livin' by Mandiri

Sumber : Khadafi (2022)

Filsafat dalam desain logo Livin' by Mandiri adalah membantu nasabah dalam merancang dan mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien, dengan tujuan memungkinkan mereka untuk mengintegrasikan berbagai aspek kehidupan mereka secara lebih baik. Pada akhirnya, nasabah diberikan kebebasan oleh Livin' by Mandiri untuk lebih menikmati hidup. (Bank Mandiri, 2023).

Logo Livin' ditampilkan dalam gaya kuas atau tulisan tangan untuk mengekspresikan konsep personalisasi, di mana layanan yang dibutuhkan setiap individu dapat disesuaikan dalam aplikasi Livin'. Gaya tulisan yang kasual mencerminkan kedekatan dan hubungan persahabatan (Sidekick), serta menggambarkan pengalaman hidup yang lebih mudah dan terkendali. Warna biru digunakan untuk melambangkan kepercayaan dan keamanan, memperkuat citra Livin' by Mandiri sebagai sahabat karib yang selalu menjadi andalan (Bank Mandiri, 2023).

Pendekatan visual tetap mempertimbangkan kejelasan pesan, memastikan konsistensi dalam pemilihan warna, dan kesesuaian dengan elemen-elemen visual yang telah ada (Bank Mandiri, 2023).

1.2 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan meluasnya penggunaan internet telah merubah metode penyampaian layanan. Sistem *the brick and mortar* (tradisional) telah digantikan oleh sistem *click and portal* (berbasis web) dalam memberikan layanan, seperti halnya sektor perbankan. Bank saat ini menyediakan layanan melalui saluran elektronik atau E-banking. Seiring meningkatnya tingkat adopsi sistem e-banking, bank menghadapi persaingan yang ketat dalam menarik dan mempertahankan nasabah (Shankar&Jebarakirthy, 2018).

Penyediaan kualitas layanan terbaik merupakan faktor penting yang harus dilaksanakan, karena dengan kualitas layanan terbaik dapat mendorong terciptanya *customer satisfacton* (Raza *et al.*, 2020). Para ahli menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan terkait dengan layanan (Ervina *et al.*, 2023). Dalam dunia bisnis, *customer satisfacton* menjadi faktor utama dalam keberhasilan bisnis. *Customer satisfacton* memastikan loyalitas dan rujukan yang berharga kepada pelanggan potensial lainnya. Namun memuaskan pelanggan tidaklah mudah, perlu memberikan layanan yang terbaik yang tersedia di pasar dengan menawarkan solusi yang inovatif dan kreatif kepada pelanggan (Sleimi *et al.*, 2020).

Proses digitalisasi dalam sektor keuangan mendorong lembaga perbankan untuk mengalami perubahan guna mempertahankan peran sentralnya sebagai perantara utama dalam sistem keuangan dan pusat penyampaian kebijakan moneter. Kebutuhan ini semakin muncul seiring dengan meningkatnya peran entitas non-bank dalam sektor keuangan. Oleh karena itu, bank-bank harus mampu menjalani perubahan secara menyeluruh melalui transformasi digital agar dapat bersaing efektif (Hariyanto & Rachmawati, 2022). Perkembangan cepat di bidang keuangan dan teknologi juga menciptakan persaingan yang

semakin ketat di industri perbankan, terutama dalam inovasi layanan perbankan dan layanan elektronik, khususnya dalam konteks mobile banking (Hariyanto & Rachmawati, 2022).

Menurut Top Brand Award tahun 2023, dalam kategori e-channel, dengan sub-kategori mobile banking, produk m-BCA menduduki peringkat pertama sebagai pilihan utama nasabah dalam hal mobile banking, diikuti oleh BRI mobile sebagai peringkat kedua. Sementara itu, m-Banking Mandiri menempati peringkat ketiga.

Tabel 1.1 Komparasi Brand Index dalam Presentase

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
m-BCA	44,50	45,50	47,50	47,40	47,90
BRI Mobile	17,00	20,50	17,00	19,40	19,80
m-Banking Mandiri	16,60	13,80	12,90	12,90	13,00
BNI Mobile	12,30	11,30	14,00	11,20	11,30
CIMB Niaga Mobile	3,40	4,00	4,10	3,80	4,20

Sumber : Top Brand Award Kategori E-channel Sub Kategori Mobile Banking (2023)

Temuan dari penelitian mengidentifikasi beberapa faktor yang menyebabkan produk m-Banking Livin' by Mandiri menghadapi persaingan yang ketat dengan produk m-BCA dan BRI. Salah satu faktor yang dicurigai sebagai penyebabnya adalah kualitas layanan elektronik (e-service) m-Banking Mandiri. Faktor ini memiliki potensi untuk memengaruhi loyalitas nasabah dan dapat mendorong mereka untuk beralih ke layanan m-Banking dari bank lain (Hariyanto & Rachmawati, 2022).

Data dalam tabel di bawah ini menggambarkan ulasan negatif dari nasabah yang menggunakan aplikasi Livin' by Mandiri yang dipublikasikan di Play Store dan App Store.

Tabel 1.2 Review Nasabah Livin' by Mandiri Pada App Store

Tanggal	Review Negative Nasabah	Indikasi
10 April 2023	Promo food bazar, ada potongan makan di outlet yg terdaftar di list, potongannya ga dapet. Ktnya masuk ke saldo tapi gada. Kira2 klo ajak tmn buka Livin, beneran masuk saldo ga ya itu bonus??	Livin' by Mandiri tidak dapat dipercaya (<i>trust</i>)
10 April 2023	Kenapa ya jam buat transfer malam ataupun topup dibatasi? Sebagai pengguna sangat dirugikan	Livin' by Mandiri tidak menanggapi permintaan pelanggan (<i>responsiveness</i>)
9 April 2023	Aku tf padahal udah masuk tp di mandirinya ngga masuk, apa apaann!!!	Livin' by Mandiri tidak lepas dari kesalahan(<i>reliability</i>)
7 April 2023	Kenapa di apk yg baru ini tidak bisa save nama penerima baru lagi ya? Lebih gampang pakai yg lama sepertinya	Livin' by Mandiri tidak mudah untuk menyelesaikan transaksi (<i>interface design</i>)
2 April 2023	Updateeeee teruss bisa ga nyaman ngegunain tanpa update yang berujung logout, harus bolak balik login	Livin' by Mandiri tidak tanggap permintaan nasabah (<i>responsiveness</i>)

Sumber : App Store (2023)

Tabel 1.3 Review Nasabah Livin' by Mandiri Pada Play Store

Tanggal	Review Negative Nasabah	Indikasi
10 April 2023	Bagus sih memudahkan... tp tiba tiba tdk bisa d gunakan mau tf gagal terus	Livin' by Mandiri tidak cepat untuk menyelesaikan transaksi (<i>interface design</i>)
10 April 2023	Pas buka,apk nya minta verifikasi wajah sudah di verifikasi tapi tidak jadi	Livin' by Mandiri tidak cepat dan tidak mudah untuk menyelesaikan transaksi (<i>interface design</i>)

Bersambung

Sambungan

9 April 2023	Banyak errornya padahal sinyal aman	Livin' by Mandiri tidak menanggapi permintaan pelanggan (<i>responsiveness</i>)
8 April 2023	Gimana ceritanya kita udah top up paket data, saldo udh dipotong, tapi kuota gak masuk, padahal lg urgen banget, gimana itu sistem y,??? Blm lagi kadang buka aplikasi y tanda masuk y gak ada, jadi kita harus ke playstore dlu baru bisa login, buat aplikasi baru tapi sistem y payah gitu	Livin' by Mandiri tidak lepas dari kesalahan (<i>reliability</i>)
7 April 2023	Kenapa ngga bisa transfer, top up sama bayar sih, sama sekali ngga bisa dipake bwt transaksi, kan jd susah, mw apa2 jd nya musti ke ATM. Setiap mau transaksi pasti jawabannya proses tidak dapat dilanjutkan, itu kenapa? Udh uninstal trus download lg sama aja, gk bisa dipake. Tolong diperbaiki sistemnya.	Livin' by Mandiri tidak cepat dan tidak mudah untuk menyelesaikan transaksi (<i>interface design</i>).

Sumber : Play Store (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 dan 1.3 mengenai review negatif yang diungkapkan nasabah pengguna Livin' by Mandiri pada *Play Store* dan *App Store*, rata-rata nasabah mengatakan tidak puas dan mengeluhkan *e-service quality* Livin' by Mandiri. Berdasarkan fenomena ini, dapat dikatakan *e-service quality* aplikasi Livin' by Mandiri belum dapat digunakan secara optimal dan masih terdapat permasalahan.

Meskipun terdapat ulasan negatif dari nasabah yang merasa tidak puas dengan *e-service quality* Livin' by Mandiri, aplikasi tersebut masih mendapatkan penilaian yang positif di *Play Store* dan *App Store*, sebagai berikut:

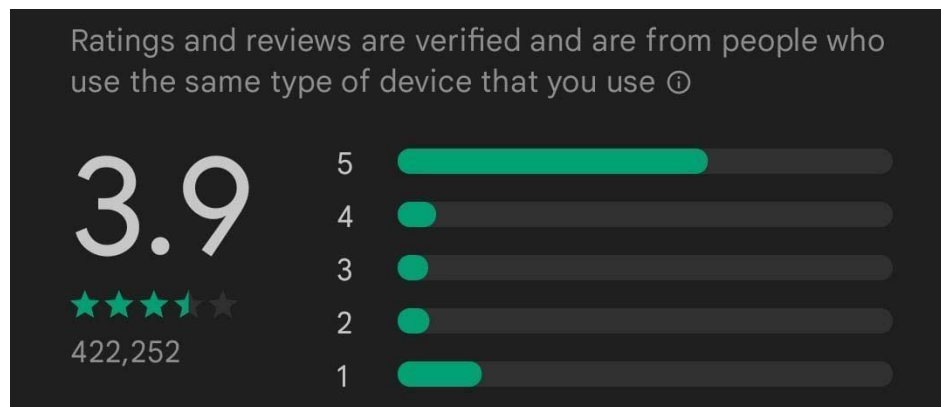
Livin' by Mandiri

Ratings and Reviews



Gambar 1.2 Penilaian terhadap Livin' by Mandiri pada App Store

Sumber : App Store (2023)



Gambar 1.3 Penilaian terhadap Livin' by Mandiri pada Play Store

Sumber : Play Store (2023)

Berdasarkan gambar diatas, pada aplikasi *App Store*, Livin' by Mandiri memperoleh nilai 4,1 bintang dari 5 bintang yang menyatakan bahwa *e-service quality* Livin' by Mandiri masih memberikan kepuasan kepada nasabah, meskipun belum maksimal. Sedangkan pada *Play Store*, livin' by Mandiri memperoleh 3,9 bintang dari 5 bintang yang menyatakan *e-service quality* Livin' by Mandiri juga masih dapat memberikan kepuasan kepada nasabah, meskipun belum maksimal.

Berdasarkan ulasan negatif yang diberikan oleh nasabah Livin' by Mandiri serta penilaian dari para nasabah, terdapat aspek menarik yang patut dikaji. Ini menunjukkan adanya perbedaan antara kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) Livin' by Mandiri yang masih mendapat keluhan, tetapi tetap mampu menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Mengamati fenomena ini, peneliti memiliki minat untuk memahami sejauh mana pengaruh

e-service quality secara langsung terhadap customer satisfaction, pengaruh customer satisfaction secara langsung terhadap customer loyalty, dan pengaruh e-service quality terhadap customer loyalty melalui perantara customer satisfaction. Dengan demikian, judul penelitian ini adalah "Pengaruh E-Service Quality terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction pada Pengguna Livin' by Mandiri." **“Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* pada Pengguna Livin' by Mandiri”**.

1.3 Rumusan Masalah

Kemajuan teknologi dan keuangan berdampak terhadap industri perbankan. Perbankan harus melakukan perubahan menciptakan inovasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabahnya. Saat ini perbankan saling berlomba menciptakan suatu pelayanan terbaik yang dapat ditawarkan kepada nasabahnya, salah satunya *Mobile Banking*. Hal ini tentu saja menciptakan persaingan antara perbankan, diantaranya BCA, BRI, Mandiri dan BNI.

Menurut Top Brand Award tahun 2023 dalam kategori e-channel, dengan sub-kategori mobile banking, dapat dilihat bahwa produk m-BCA menempati peringkat teratas sebagai pilihan utama nasabah dalam layanan mobile banking. Disusul oleh BRI mobile di peringkat kedua, sementara m-Banking Mandiri berada di peringkat ketiga. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang mengungkapkan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) Livin' by Mandiri adalah faktor yang menyebabkan ketidakmampuan dalam bersaing dengan m-BCA dan BRI mobile (Hariyanto & Rachmawati, 2022).

E-service quality yang terdiri dari lima dimensi yaitu *Interface Design* (Desain Antarmuka), *Reliability* (Kehandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Trust* (Kepercayaan) dan *Personalization* (Personalisasi) (Puriwat&Tripopsakul,2017 dalam Haryanto&Rachmawati,2020) belum maksimal dilaksanakan, mengakibatkan Livin' by Mandiri mendapatkan review negatif dari nasabahnya. Hal ini salah satunya disebabkan sering terjadi

gangguan (error). Meskipun terdapat review negatif dari nasabahnya, Livin' by Mandiri mendapatkan penilaian yang cukup baik dari nasabahnya, yaitu 4,1 bintang dari 5 bintang pada App Store. Sedangkan pada Play Store, Livin' by Mandiri mendapat 3,9 bintang dari 5 bintang. Hal ini mengindikasikan terjadi kontradiksi bahwa meskipun *e-service quality* mendapat review negatif, namun masih dapat menciptakan kepuasan terhadap nasabahnya, meskipun belum maksimal.

Menurut hasil studi yang dilakukan oleh Hariyanto dan Rachmawati (2022), terungkap bahwa terdapat korelasi positif dan signifikan antara dimensi kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) dengan customer satisfaction Livin' by Mandiri. Selain itu, penelitian ini juga menemukan pengaruh positif dan signifikan dari customer satisfaction terhadap customer loyalty Livin' by Mandiri. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa customer satisfaction memediasi hubungan antara dimensi *e-service quality* dan customer loyalty pengguna Livin' by Mandiri. Penelitian ini merupakan adopsi dari penelitian Hariyanto&Rachmawati (2022) dengan perbedaan waktu penelitian dan kriteria sampel penelitian, yang akan menghasilkan responden dan data yang berbeda.

Pada tahun 2023, dengan berakhirnya pandemi COVID-19, masyarakat sudah mulai mengadopsi penggunaan aplikasi mobile banking secara rutin dalam aktivitas perbankan mereka. Nailul Huda, seorang peneliti Ekonomi Digital dari Institute for Development of Economic and Financial (INDEF), mengamati bahwa pandemi telah berperan sebagai akselerator, dan ke depannya diantisipasi bahwa penggunaan mobile banking atau mobile apps akan terus meningkat. Faktor ini didorong oleh kemajuan teknologi yang semakin canggih, yang memproyeksikan peningkatan transaksi mobile banking sekitar 30-50%. Hal ini tercermin dari data konsumsi layanan mobile banking, di mana nasabah dapat melakukan transaksi sebanyak 7-10 kali dalam satu bulan atau lebih (Finance.wartaekonomi, 2023).

Untuk mendapatkan pangsa pasar yang kompetitif, sektor perbankan sedang bersaing untuk meningkatkan kualitas layanan, inovasi, serta fitur-fitur unggulan

dalam aplikasi mobile bankingnya. Timothy Utama, Direktur IT di Bank Mandiri, mengungkapkan bahwa Bank Mandiri akan terus berkomitmen untuk berinovasi dan menyajikan berbagai fitur baru yang relevan, baik dalam layanan banking maupun layanan beyond banking. Dengan aplikasi Livin' by Mandiri, seluruh dayly financial needs nasabah dapat diakomodasi dalam satu aplikasi. Bank Mandiri secara rutin melakukan pemantauan dan peninjauan untuk memastikan bahwa nasabah dapat melakukan transaksi dengan nyaman dan terjamin keamanannya (Mayasari, 2023).

Tabel 1.4 Kenaikan Pengguna Mobile Banking Dalam Presentase

Nama Brand	2022	2023	Kenaikan
m-BCA	47,4	47,9	0,5
BRI Mobile	19,4	19,8	0,4
m-Banking Mandiri	12,9	13	0,1
BNI Mobile	11,2	11,3	0,1
CIMB Niaga Mobile	3,8	4,2	-0,1

Sumber : Top Brand Award Kategori E-channel Sub Kategori Mobile Banking (2023)

Berdasarkan tabel 1.4 m-Banking Mandiri, yaitu Livin' by Mandiri menunjukkan adanya kenaikan yang lebih kecil dibanding pesaingnya, m-BCA dan BRI Mobile. M-Banking Mandiri masih kalah bersaing meskipun sudah melakukan inovasi. Oleh karena itu peneliti ingin mengkaji kembali apakah terdapat pengaruh dimensi-dimensi *e-service quality* terhadap *customer satisfaction* secara langsung, pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* secara langsung dan dimensi *e-service quality* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction*.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka pertanyaan penelitian berkaitan dengan Livin' by Mandiri sebagai berikut:

1. Apakah *interface design* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?

2. Apakah *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?
3. Apakah *responsiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?
4. Apakah *trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* terhadap pengguna Livin' by Mandiri?
5. Apakah *personalization* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?
6. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* pengguna Livin' by Mandiri?
7. Apakah *interface design* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?
8. Apakah *reliability* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?
9. Apakah *responsiveness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?
10. Apakah *trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?
11. Apakah *personalization* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *interface design* terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.

3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh *personalization* terhadap *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.
6. Untuk mengetahui pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty* pengguna Livin' by Mandiri.
7. Untuk mengetahui pengaruh *interface design* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri
8. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.
9. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.
10. Untuk mengetahui pengaruh *trust* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.
11. Untuk mengetahui pengaruh *personalization* terhadap *customer loyalty* melalui *customer satisfaction* pengguna Livin' by Mandiri.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini akan memberikan wawasan yang berguna dalam upaya mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) pengguna mobile banking Livin' by Mandiri.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya literatur manajemen pemasaran, khususnya dalam konteks kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dan loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) pengguna *mobile banking*,

sehingga dapat dijadikan sebagai referensi ilmiah yang berharga dalam bidang ini.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini dirancang untuk memberikan panduan yang komprehensif mengenai informasi yang terkait dengan penelitian ini, memastikan agar hasil penelitian dapat disajikan dengan tata cara yang terstruktur. Berikut adalah kerangka penulisan yang digunakan:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas gambaran umum tentang obyek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta ikhtisar mengenai struktur penulisan keseluruhan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini akan membahas teori-teori yang relevan dengan topik penelitian, studi-studi terdahulu yang berkaitan, pengembangan hipotesis, kerangka pemikiran, serta penyajian hipotesis penelitian pada akhir bab ini.

c. BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini akan membahas karakteristik penelitian, variabel yang dioperasionalisasikan, populasi dan sampel yang digunakan, teknik pengumpulan data, proses validasi dan reliabilitas data, serta metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan memaparkan hasil analisis data yang diperoleh selama penelitian, dengan menggunakan metode analisis yang telah ditentukan sebelumnya.

e. BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini akan merangkum kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan rekomendasi yang dapat menjadi pertimbangan bagi obyek penelitian atau pihak terkait lainnya.