

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Bank Mandiri merupakan bank terbesar milik pemerintah yang menghadapi tantangan akibat dari kemajuan teknologi dan informasi (Budiman et al. 2020). Sebagai bagian dari upaya untuk merestrukturisasi sektor perbankan Indonesia maka pada tanggal 2 Oktober 1998 dibentuklah Bank Mandiri dengan melebur empat bank milik negara seperti, Bank Bumi Daya, Bank Ekspor Impor Indonesia, Bank Dagang Negara, dan Bank Pembangunan di bulan Juli 1999. Keempat bank tersebut berkontribusi penting terhadap sejarah pembangunan perekonomian di Indonesia. Sejak didirikan, Bank Mandiri menjalankan tradisi selama 140 tahun lebih dan berkontribusi pada sektor perbankan maupun perekonomian di Indonesia (Bank Mandiri, 2023).



Gambar 1. 1 Logo Bank Mandiri

Sumber: *Website* Bank Mandiri (2023)

Penetapan logo Bank Mandiri dan pemilihan warna dominan biru tua bermakna menjunjung tinggi kesetiaan dan dapat dipercaya. Perisai gelombang emas di atas tulisan mandiri bermakna sebagai kesejahteraan bagi nasabah dan pemilihan huruf kecil pada lambang tulisan memiliki arti pribadi yang ramah dan lebih dekat kepada nasabah (Bank Mandiri, 2023). Sejak resmi didirikan Bank Mandiri mampu mengembangkan sistem organisasi yang dapat menerapkan *core banking system* baru yang unggul dan terintegrasi dengan baik sehingga mampu menggantikan *core banking system* sebelumnya dari keempat bank yang telah dilebur (Bank Mandiri, 2023).

Perbankan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia memiliki peran sebagai lembaga intermediasi untuk mengambil peran penggerak perekonomian Indonesia di berbagai sektor (Hariyanto & Rachmawati, 2022). Bank Mandiri berkomitmen melayani nasabah dengan kualitas terbaik sesuai dengan slogan yang dibawa yaitu terdepan, terpercaya, dan tumbuh bersama anda yaitu sebagai bentuk komitmen kepada nasabah untuk menjadi bank yang mampu bersaing dalam inovasi dan teknologi, terpercaya dalam layanan sesuai dengan standar layanan internasional yang menyediakan solusi keuangan yang efektif, dan tumbuh bersama kearah yang positif untuk mencapai tujuan finansial (Bank Mandiri, 2023).

1.1.2 Produk Bank Mandiri (Livin’by Mandiri)

Kemajuan teknologi pada sektor perbankan menciptakan sarana baru untuk berkomunikasi dan membangun relasi dengan nasabah (Raza et al, 2020). Dengan adanya kemajuan teknologi menuntut sektor perbankan untuk melakukan inovasi agar peran dan posisi perbankan sebagai intermediasi dalam sistem keuangan dan poros transmisi kebijakan moneter dapat dipertahankan (Hariyanto & Rachmawati, 2022).

Aplikasi *mobile banking* Mandiri (Livin’by Mandiri) merupakan salah satu inovasi di sektor perbankan sebagai penyempurnaan sistem yang dilakukan Bank Mandiri pada aplikasi “Mandiri *online*” untuk meningkatkan fungsi kemudahan serta kenyamanan nasabah secara digital (Budiman et al, 2020). Livin’by Mandiri merupakan aplikasi perbankan digital yang komprehensif melalui *smartphone* bermakna kawan atau sahabat yang berfungsi untuk membantu nasabah menjadi lebih mudah dan sejahtera (Bank Mandiri, 2023). Gambar 1.2 menunjukkan logo *mobile banking* Livin’by Mandiri.



Gambar 1. 2 Logo Livin' by Mandiri

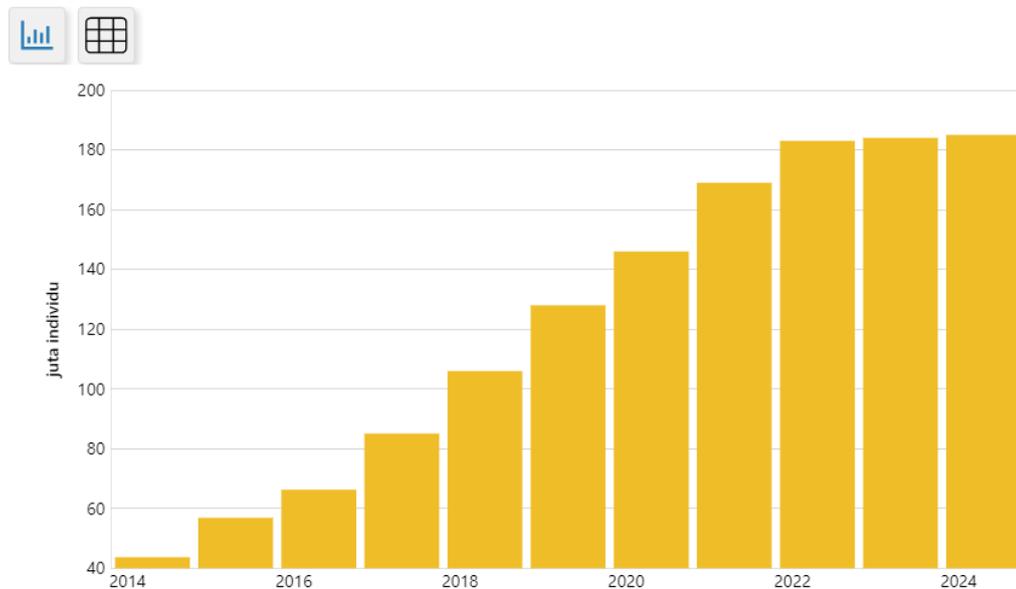
Sumber: *Website* Bank Mandiri (2024)

Bank Mandiri meresmikan produk terbaru Livin'by Mandiri pada tanggal 2 Oktober tahun 2021 sebagai bentuk perkembangan inovasi yang mengangkat *concept agile* yaitu cabang di dalam genggaman pada layanan *financial* yang lengkap dan berbagai fitur inovatif (Bank Mandiri, 2023). Produk terbaru Livin' by Mandiri memiliki kemampuan untuk membuka rekening baru secara digital, layanan pembayaran yang lengkap, transaksi cepat dengan fitur *quick pick*, cek saldo *e-wallet* yang terhubung dengan rekening, dan dapat melakukan tarik tunai tanpa menggunakan kartu ATM (Quiserto, 2024). Bank Mandiri melakukan verifikasi identitas terhadap nasabah melalui *video call* antara nasabah dan *customer service* dengan menggunakan teknologi *liveness* bersamaan verifikasi wajah. Sistem ini secara otomatis terhubung dengan *database* pencatatan sipil yang dikelola Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Republik Indonesia (Bank Mandiri, 2023).

1.2 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi dan internet membuat seluruh sektor industri berinovasi untuk memudahkan dan meningkatkan pelayanan perusahaan terhadap pelanggan. Salah satu pihak yang terus berinovasi adalah industri perbankan dengan cara mengoptimalkan teknologi agar dapat meningkatkan pelayanan dan bertahan di dunia bisnis (Agustini & Putra, 2022). Internet merupakan jaringan global yang menghubungkan seluruh komputer maupun perangkat lainnya di

seluruh dunia dapat diakses melalui *gadget*, seperti *smartphone*, laptop, komputer maupun perangkat pribadi lainnya (Candiwan & Wibisono, 2021). Berikut merupakan data jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 – 2024.



Gambar 1. 3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2014-2024)

Sumber: *databoks.katadata* (2024)

Menurut Annur (2024) sesuai dengan perkembangan jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun 2014 sampai 2024, intensitas pengguna internet di Indonesia tergolong rendah dan internet masih minoritas dikalangan masyarakat. Jumlah pengguna internet di Indonesia meningkat pesat dari 43,7 juta pengguna di tahun 2014 menjadi 185 juta pengguna pada Januari 2024 (Annur, 2024).

Perkembangan teknologi dan internet merupakan cikal bakal munculnya layanan perbankan digital dan bentuk inovasi pada sektor perbankan di Indonesia salah satunya yaitu layanan perbankan digital (*mobile banking*) (OJK.go.id, 2023). Berdasarkan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 12/POJK.03/2018 layanan perbankan digital (*mobile banking*) adalah layanan yang membantu nasabah bank untuk mendapatkan informasi yang akurat, sebagai alat berkomunikasi, dan melakukan transaksi melalui media pendukung yaitu *smartphone* (OJK.go.id, 2023). Layanan perbankan digital mengoptimalkan pemanfaatan data yang dimiliki nasabah agar pelayanan yang diberikan dapat

lebih cepat, mudah, dan sesuai kebutuhan nasabah dengan memperhatikan aspek keamanannya (Muslim, 2022).

Perkembangan layanan yang disediakan oleh sektor perbankan diawali dengan adanya *phone banking*, *SMS banking*, *internet banking* hingga *mobile banking*. *Mobile banking* terdiri dari beberapa fitur yang lebih unggul dibandingkan dengan *phone banking*, *SMS banking*, maupun *internet banking*. Layanan *mobile banking* diciptakan pada sektor perbankan untuk menunjukkan keberhasilan dalam transformasi transaksi digital (Laras, 2024). *Mobile banking* memiliki keunggulan dibandingkan dengan layanan lainnya yaitu nasabah tidak perlu mengingat format pesan dan nomor tujuan seperti *phone banking* dan *SMS banking* ataupun pada *internet banking* yang harus memiliki *user id*, *password*, token/OTP dan pendaftaran hanya dapat dilakukan di kantor cabang bank (Rahayu & Pratama, 2022).

Perkembangan pada sektor industri perbankan menjadi semakin kompetitif, karena layanan yang unggul merupakan kunci bersaing untuk menarik ataupun menjaga kesetiaan pelanggan (Budiman et al. 2020). Menurut Agustini & Putra (2023) transaksi *mobile banking* pada sektor perbankan selalu mengalami peningkatan yang substansial sebanyak 10% tiap tahunnya dan mengindikasikan bahwa transaksi pada *mobile banking* merupakan sistem pembayaran yang digemari oleh masyarakat. Berikut merupakan data pengguna *mobile banking* terpopuler di Indonesia yaitu meliputi *BRI-mobile*, *BCA-mobile*, *Livin'by Mandiri*, dan *BNI mobile*.

Table 1.1 Mobile Banking terpopuler di Indonesia tahun 2023

BRAND	TOTAL PENGGUNA
BRI-mo	31,6 Juta
BCA-Mobile	30,3 Juta
Livin'by Mandiri	23 Juta
BNI Mobile	16,2 Juta

Sumber: Data yang telah diolah (2024), Laras (2024)

Menurut Laras (2024) pada artikel finansial bisnis, bahwa sejumlah bank rajin mengakuisisi pengguna baru pada *platform* digital dengan dikembangkannya *super app* untuk memudahkan para pengguna dalam bertransaksi. Menurut data *mobile banking* terpopuler per desember 2023 urutan pertama yaitu BRI-mo sebanyak 31,6 juta pengguna dengan nilai transaksi *mobile banking* BRI yaitu Rp 4.158,8 triliun, selanjutnya BCA-*mobile* sebanyak 30,3 juta pengguna dengan nilai transaksi *mobile* dan *internet banking* mencapai Rp 24.825 triliun, urutan ke tiga yaitu Livin’by Mandiri sebanyak 23 juta pengguna dengan nilai transaksi Rp 2.472 triliun, dan yang terakhir adalah BNI-*mobile* yaitu sebanyak 16,2 juta pengguna dengan nilai transaksi sebesar Rp 1.216 triliun (Laras, 2024).

Livin’by Mandiri berada di posisi ketiga pada data *mobile banking* terpopuler di Indonesia pada tahun 2023, data tersebut mengindikasikan terhadap kepuasan yang dirasakan nasabah dan loyalitas yang diberikan nasabah terhadap *e-service quality* Livin’by Mandiri. Menurut Khan et al, (2019) tingginya *e-service quality* sangat mempengaruhi citra perusahaan karena apabila perusahaan memberikan pelayanan yang buruk, maka secara langsung akan mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Data tersebut searah dengan Tabel 1.2 mengenai komparasi *brand index* kategori *mobile banking* tahun 2019 – 2023 berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas terhadap Bank Mandiri.

Table 1. 2 Komparasi Brand Index 2019-2023 (%)

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
m-BCA	44.50	44.50	47.50	47.40	47.90
BRI Mobile	17.00	20.50	17.00	19.40	19.80
Livin’by 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: Data yang telah diolah (2024), *Top Brand Index* sub kategori *Mobile Banking* (2024)

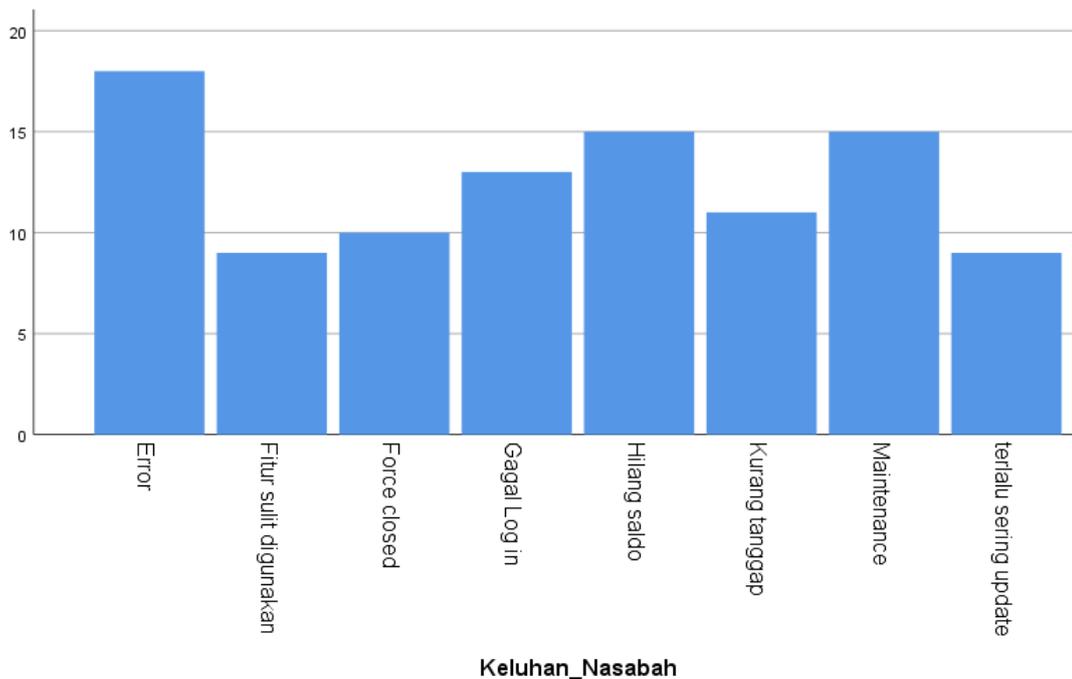
Menurut data *Top Brand Index* pada kategori *mobile banking* terdapat lima bank paling populer atau terbanyak yang digunakan masyarakat. Pada tahun 2023 *mobile banking* Livin' by Mandiri berada di posisi ke tiga dengan index 13%. Index tersebut mengalami peningkatan sebesar 0,1% dari tahun 2022 setelah berhasil melewati penurunan di tahun 2020 dan 2021, dibandingkan dengan 4 pesaing lainnya, yaitu m-BCA (*BCA Mobile*) yang berada di posisi teratas dengan index 47,9%, peringkat kedua yaitu BRI *mobile* (BRI-mo) dengan index 19,8%, peringkat ke empat yaitu BNI-*mobile* dengan index 11,3%, dan yang terakhir yaitu CIMB Niaga *mobile* dengan index 4,2% (TopBrandAward, 2023).

Penurunan persentase yang dialami *mobile banking* Livin'by Mandiri pada komparasi *brand index* berkorelasi pada kualitas pelayanan elektronik yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) merupakan tahapan yang dilakukan pelanggan secara digital untuk mengetahui apakah telah sesuai dengan yang diharapkan (Ahmad et al. 2020). Menurut Agustini & Putra, (2022) ketika perusahaan memberikan kepuasan pada pelanggan maka pelanggan akan menjadi loyal dengan perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan kepuasan yang dirasakan konsumen atas pengalaman melakukan transaksi atau pembelian dengan bank tertentu (Raza et al. 2020).

Menurut Raza et al. (2020) kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang erat, kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas layanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan dapat dihadirkan melalui kualitas pelayanan dan penilaian (Agustini & Putra, 2022). Pelanggan dapat mengevaluasi pengalaman berdasarkan sarana dan tujuan serta berpindah dari sarana yang lebih rendah ke tujuan yang lebih tinggi (Khan et al, 2019). Pada penelitian ini dimensi *e-service quality* yang digunakan meliputi *site organization*, *responsiveness*, *reliability*, *user-friendliness*, *personal need*, dan *efficiency* yang menunjukkan bahwa dimensi tersebut memiliki banyak keluhan serta belum beroperasi secara optimal sesuai harapan nasabah (Raza et al, 2020).

Ketidak puasan dalam penelitian ini berupa data keluhan yang diberikan oleh pengguna aplikasi Livin'by Mandiri di appstore maupun google playstore. Berikut merupakan keluhan yang diberikan pengguna aplikasi Livin'by Mandiri

yang mengindikasikan bahwa adanya permasalahan akibat pelayanan yang diberikan kepada nasabah sehingga menimbulkan ketidakpuasan yang dialami oleh pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.



Gambar 1. 4 *Scrapping* keluhan (bintang 1) pengguna *mobile banking* Livin'by Mandiri pada google playstore dan Appstore

Sumber: Data yang telah diolah (2024)

Berdasarkan *scrapping* ulasan bintang 1 pengguna *mobile banking* Livin'by Mandiri yang dirangkum sebanyak 100 ulasan buruk pada google playstore maupun appstore, mengindikasikan adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh pengguna aplikasi terhadap performa *mobile banking* Livin' by Mandiri. Berdasarkan ulasan tersebut pengguna mengeluhkan performa *e-service quality* yang diberikan Livin'by Mandiri belum maksimal seperti sering terjadi *error* sebanyak 18 pengguna yang berkomentar dan mengeluhkan sering terjadinya *maintenance* sebanyak 15 pengguna. Keluhan tersebut tergolong pada dimensi *reliability* yaitu aplikasi tidak bisa dibuka, sering terjadinya *maintenance* ketika malam hari dan keluhan pada gangguan lainnya. Selanjutnya sesuai dengan ulasan tersebut fitur pada aplikasi Livin'by Mandiri sulit digunakan sebanyak 9 pengguna yang berkomentar dan tergolong pada dimensi *site organization* seperti

interface pada aplikasi belum berjalan dengan baik ataupun tidak dapat melihat *history* transaksi. Keluhan adanya *force closed* dirasakan oleh pengguna yaitu sebanyak 10 orang yang berkomentar hal ini termasuk pada dimensi *efficiency* yaitu seperti pengguna mengeluhkan aplikasi sering tertutup secara tiba-tiba sehingga menghambat aktivitas pada transaksi. Keluhan selanjutnya yaitu gagal *log in* sebanyak 13 pengguna yang berkomentar dan aplikasi terlalu sering adanya *update* sebanyak 9 pengguna yang berkomentar, sehingga keluhan tersebut tergolong pada dimensi *user friendliness* karena pengguna merasa kesulitan ketika melakukan *log in* dengan beragam alasan seperti *password* ditolak, tidak mendapatkan OTP, dan ketika aplikasi dibuka diminta untuk melakukan *update*. Pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri mengeluhkan sering terjadinya saldo yang tiba-tiba menghilang atau melakukan transaksi tetapi gagal melainkan uang tersebut tetap terpotong yaitu sebanyak 15 pengguna, keluhan tersebut termasuk dalam dimensi *personal need*. Dan yang terakhir yaitu pengguna merasa pelayanan yang diberikan *customer service* ketika mengalami kendala tidak cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan. Keluhan tersebut termasuk dalam dimensi *responsiveness* yaitu sebanyak 11 pengguna.

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, maka penelitian ini berfokus pada pengaruh *e-service quality* yang diberikan Livin'by Mandiri terhadap kepuasan yang dirasakan oleh nasabah hingga menjadi loyal terhadap aplikasi Livin'by Mandiri. Oleh karena itu, penelitian ini akan dilakukan dengan judul **“PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-CUSTOMER LOYALTY DENGAN E-CUSTOMER SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIATING (PADA PENGGUNA APLIKASI MOBILE BANKING LIVIN'BY MANDIRI)”**.

1.3 Perumusan Masalah

Era digitalisasi seperti saat ini, bentuk inovasi dari perkembangan teknologi maupun internet dibuktikan dengan adanya layanan perbankan digital yaitu Livin' by Mandiri (OJK.go.id, 2023). Berdasarkan pemaparan latar belakang terdapat indikasi ketidakpuasan kinerja aplikasi Livin'by Mandiri yang diberikan nasabah melalui ulasan pada Google Playstore maupun AppStore. Berdasarkan

ulasan tersebut pengguna aplikasi Livin' by Mandiri banyak yang merasakan kecewa terhadap dimensi *e-service quality* yang diberikan oleh aplikasi Livin' by Mandiri.

Dengan menggunakan dimensi *e-service quality* dari Raza et al, (2020) yang meliputi *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user friendliness*, *personal need*, dan *efficiency* penelitian ini mengidentifikasi dimensi *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty* dengan peran mediasi *e-customer satisfaction* pada sektor perbankan di Indonesia dengan objek penelitian yaitu *mobile banking* Livin'by Mandiri. Penelitian ini berbeda dari yang dilakukan Raza et al. (2020) karena lokasi penelitian yang dilakukan Raza et al, (2020) dilakukan di satu lingkup universitas Pakistan. Sedangkan, lokasi penelitian ini dilaksanakan di Indonesia dengan syarat yaitu pengguna aplikasi Livin'by Mandiri dan pernah bertransaksi pada aplikasi Livin'by Mandiri. Perbedaan selanjutnya pada penelitian ini terdapat peran mediasi dari variabel *e-customer satisfaction*. Dengan merujuk pada latar belakang perumusan masalah, berikut ini merupakan pertanyaan pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah *site organization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
2. Apakah *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
3. Apakah *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
4. Apakah *user friendliness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri?
5. Apakah *personal need* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
6. Apakah *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
7. Apakah *e-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?

8. Apakah *site organization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
9. Apakah *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
10. Apakah *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
11. Apakah *user friendliness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
12. Apakah *personal need* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
13. Apakah *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?
14. Bagaimana *importance rating* dan *performance rating* dari variabel *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user friendliness*, *personal need*, *efficiency*, *e-customer satisfaction* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan keseluruhan pada penelitian ini untuk menyelidiki bagaimana *e-service quality* mempengaruhi *e-customer loyalty* dengan *e-customer satisfaction* berperan sebagai mediator dengan menggunakan pada *mobile banking* Livin' by Mandiri. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *site organization* terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.
2. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *responsiveness* terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.

3. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *reliability* terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.
4. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *user friendliness* terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.
5. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *personal need* terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.
6. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *efficiency* terhadap *e-customer satisfaction* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.
7. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *e-customer satisfaction* terhadap *e-customer loyalty* pada aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri.
8. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *site organization* terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri
9. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *responsiveness* terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri
10. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *reliability* terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri
11. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *user friendliness* terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri
12. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *personal need* terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri
13. Mengetahui pengaruh positif dan signifikan *efficiency* terhadap *e-customer loyalty* melalui mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri
14. Mengetahui *importance rating* dan *performance rating* dari variabel *site organization, reliability, responsiveness, user friendliness, personal need,*

efficiency, *e-customer satisfaction*, terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri?

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini untuk mengembangkan atau memperkuat teori baru maupun teori yang sudah ada dan melengkapi kajian manajemen bisnis. Secara khusus, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana pengaruh dimensi *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty*, dengan peran mediasi *e-customer satisfaction* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin'by Mandiri. Diharapkan juga bahwa temuan penelitian ini akan memberi informasi maupun pemahaman yang lebih mendalam terkait bidang penelitian yang sejenis.

1.5.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini berfungsi sebagai bahan masukan bagi manajerial perusahaan Bank Mandiri dalam melakukan perbaikan sistem dan kualitas layanan serta diharapkan menjadi bahan informasi dan pengetahuan tambahan pada bidang industri yang sama.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penelitian ini disusun dalam struktur penulisan yang terdiri dari lima bab, yaitu diuraikan sebagai berikut:

a. BAB I (PENDAHULUAN)

Bab I terdapat enam sub-bab yang memberikan penjelasan singkat tentang subjek penelitian, latar belakang permasalahan, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan.

b. BAB II (TINJAUAN PUSTAKA)

Bab II mencakup atas tiga sub-bab, terdiri dari rangkuman teori dan penelitian sebelumnya, adanya kerangka pemikiran, dan hipotesis yang diaplikasikan dalam penelitian.

c. BAB III (METODE PENELITIAN)

Bab III mencakup tujuh sub-bab membahas mengenai pendekatan metode dan teknik yang digunakan pada penelitian meliputi: jenis penelitian,

operasional variabel penelitian, tahapan penelitian, populasi serta sampel penelitian, proses pengumpulan dan sumber data, uji validity dan reliabililty, dan teknik analisis data yang digunakan.

d. BAB IV (HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN)

Bab IV mencakup tiga sub-bab meliputi karakteristik responden dari berbagai aspek, hasil perhitungan analisis data, dan membahas temuan penelitian yang relevan dengan perumusan masalah dan tujuan dari penelitian.

e. BAB V (KESIMPULAN DAN SARAN)

Bab V membahas rangkuman kesimpulan hasil penelitian, dan memberikan saran