

**PEMBENTUKAN *CUSTOMER SATISFACTION* DAN *CUSTOMER*
LOYALTY PADA LAYANAN MOBILE BANKING**

MALYA NADHIRA AZRA

1710621030



Skripsi Ini Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mendapatkan Gelar
Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2025

***THE FORMATION OF CUSTOMER SATISFACTION AND CUSTOMER
LOYALTY IN MOBILE BANKING SERVICES***

MALYA NADHIRA AZRA

1710621030



*This Thesis is Submitted as One of the Requirements for Obtaining a Bachelor's
Degree in Digital Business at the Faculty of Economics and Business
Jakarta State University*

***DIGITAL BUSINESS UNDERGRADUATE STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY***

2025

ABSTRAK

Malya Nadhira Azra, Pembentukan Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Pada Layanan Mobile Banking: Skripsi, Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta, 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas wawasan dan menganalisis terkait pengaruh *security*, *relative advantage*, dan *convenience* terhadap *customer satisfaction* dan *customer loyalty* dalam penggunaan layanan mobile banking *Livin' by Mandiri* di kalangan Gen Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode survei dengan kuesioner yang disebarluaskan secara *online*. Populasi dalam penelitian ini adalah Gen Z yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 276 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, dan uji hipotesis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) AMOS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan terbukti diterima secara statistik. 1) *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; 2) *relative advantage* berpengaruh positif signifikan terhadap *customer satisfaction*; 3) *convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*; 4) *security* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*; 5) *relative advantage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*; 6) *convenience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*; 7) *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci: *security*, *relative advantage*, *convenience*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*, mobile banking

ABSTRACT

Malya Nadhira Azra, The Formation of Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Mobile Banking Services: Thesis, Jakarta: Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2025.

This study aims to broaden insights and analyze the influence of security, relative advantage, and convenience on customer satisfaction and customer loyalty in the use of Livin' by Mandiri mobile banking services among Generation Z users. This research employed a quantitative approach with data collection conducted through an online survey using a structured questionnaire. The target population in this study consisted of Generation Z individuals residing in the DKI Jakarta area. The sampling technique used was purposive sampling, with a total of 276 respondents. Data analysis techniques included validity and reliability testing, as well as hypothesis testing using Structural Equation Modeling (SEM) AMOS version 26. The results of hypothesis testing in this study obtained, that it is proven 1) security has a positive and significant effect on customer satisfaction, 2) relative advantage has a positive and significant effect on customer satisfaction, 3) convenience has a positive and significant effect on customer satisfaction, 4) security has a positive and significant effect on customer loyalty, 5) relative advantage has a positive and significant effect on customer loyalty, 6) convenience has a positive and significant effect on customer loyalty, 7) customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty.

Keywords: security, relative advantage, convenience, customer satisfaction, customer loyalty, mobile banking

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung SFD Tower B, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik: fe@unj.ac.id
Laman: fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D
NIP/NIDK : 197002122008121001
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing I

Nama : Meta Bara Berutu, S.E., M.M
NIP/NIDK : 199409222022032012
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing II

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Malya Nadhira Azra
No. Registrasi : 1710621030
Program Studi : S1 Bisnis Digital
Judul Proposal Penelitian : Pembentukan *Customer Satisfaction* Dan *Customer Loyalty* Pada Layanan Mobile Banking Ditinjau Dari Persepsi Pengguna

untuk mengikuti Seminar Proposal Penelitian.

Jakarta, 18 Juli 2025

Dosen Pembimbing I

Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D
197612112000122001

Dosen Pembimbing II

Meta Bara Berutu, S.E., M.M
199409222022032012

Mengetahui,
Koord. Program Studi Bisnis Digital

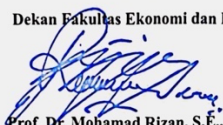
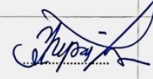
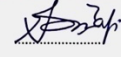
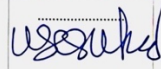
Dr. Ryna Parlyna, M.B.A
NIP. 197701112008122003

Keterangan:

1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Lembar Pengesahan Skripsi

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197206272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A. NIP. 197701112008122003 (Ketua Penguji)		28 / 07 / 2025
2	Dr. Suparno, M.Pd, M.M. NIP. 197908282014041001 (Penguji 1)		28 / 07 / 2025
3	Adnan Kasofi, S.Pd., MBA. NIP. 199107022023211023 (Penguji 2)		28 / 07 / 2025
4	Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D. NIP. 197002122008121001 (Pembimbing 1)		30 / 07 / 2025
5	Meta Bara Berutu, S.E., M.M. NIP. 1994092220232012 (Pembimbing 2)		30 / 07 / 2025
Nama : Malya Nadhira Azra No. Registrasi : 1710621030 Program Studi : Bisnis Digital Tanggal Lulus : 25 Juli 2025			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Malya Nadhira Azra
NIM : 1710621030
Program Studi : SI Bisnis Digital
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Skripsi : Pembentukan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pada Layanan Mobile Banking.

Menvatakan bahwa skripsi ini merupakan karva asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun perguruan tinggi lain. Skripsi ini belum pernah dipublikasi, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 21 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Malya Nadhira Azra

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN
Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220 Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Malya Nadhira Azra
NIM : 1710621030
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Alamat Email : malyanadhira27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain ()

yang berjudul :
Pembentukan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pada Layanan Mobile Banking

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 25 Juli 2025

Penulis

(Malya Nadhira Azra)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pembentukan *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Pada Layanan Mobile Banking.” Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari adanya kendala dan hambatan yang terjadi, namun terdapat orang-orang yang senantiasa mendukung, membantu, dan memotivasi penulis agar bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga akhir. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Dr. Ryna Parlyna, M.B.A selaku Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.
3. Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa membimbing, mengarahkan, dan memberi dukungan kepada penulis sejak awal penulisan skripsi ini hingga selesai.
4. Ibu Meta Bara Berutu, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, membimbing, mengarahkan, serta memberi dukungan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
5. Dosen-dosen Program Studi Bisnis Digital Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah mengajarkan dan memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Orang tua dan adik penulis yang tiada hentinya memberi motivasi, dukungan, dan kasih sayang sehingga penulis tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Junitha, Ketut, Maulidyah, Aqila, dan Alya, selaku sahabat penulis yang selalu ada untuk membantu penulis selama proses pengerjaan skripsi.

8. Rekan-rekan satu bimbingan penulis yang telah berjuang bersama dan memberi dukungan satu sama lain selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, masukan dan saran yang membangun diharapkan demi penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kepada peneliti selanjutnya.

Terima Kasih.



Jakarta, 21 Juli 2025

Penulis

Malya Nadhira Azra

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pertanyaan Penelitian	11
1.3. Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II	15
KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1 <i>Literature Review</i>	15
2.1.1 <i>Security</i>	15
2.1.2 <i>Relative Advantage</i>	17
2.1.3 <i>Convenience</i>	19
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i>	24
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Teori.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian.....	30
2.4.1 <i>Security dan Customer Satisfaction</i>	30
2.4.2 <i>Security dan Customer Loyalty</i>	31
2.4.3 <i>Relative Advantage dan Customer Satisfaction</i>	31

2.4.4 <i>Relative Advantage</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	32
2.4.5 <i>Convenience</i> dan <i>Customer Satisfaction</i>	33
2.4.6 <i>Convenience</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	33
2.4.7 <i>Customer Satisfaction</i> dan <i>Customer Loyalty</i>	34
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.1.1 Waktu	36
3.1.2 Tempat Penelitian	36
3.2 Desain Penelitian	36
3.3 Populasi dan Sampel	37
3.3.1 Populasi	37
3.3.2 Sampel	37
3.4. Pengembangan Instrumen	39
3.4.1 <i>Security</i>	39
3.4.2 <i>Relative Advantage</i>	40
3.4.3 <i>Convenience</i>	42
3.4.4 <i>Customer Satisfaction</i>	44
3.4.5 <i>Customer Loyalty</i>	45
3.5 Skala Pengukuran	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Analisis Deskriptif	48
3.7.2 Uji Validitas	49
3.7.3 Uji Reliabilitas	49
3.7.4 Uji Kesesuaian Model	50
3.7.5 Uji Hipotesis	53
BAB IV	54
HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Data	54
4.1.1 Profil Responden	54
4.1.2 Analisis Deskriptif	59
4.2 Hasil Analisis Data	69
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	70
4.2.2 Uji Kelayakan Model	72
4.2.3 Uji Hipotesis	79
4.3 Pembahasan	80
4.3.1 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	80
4.3.2 Pengaruh <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	82
4.3.3 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	83

4.3.4 Pengaruh <i>Security</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	84
4.3.5 Pengaruh <i>Relative Advantage</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	86
4.3.6 Pengaruh <i>Convenience</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	87
4.3.7 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Customer Loyalty</i>	88
BAB V.....	90
PENUTUP.....	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2 Implikasi.....	92
5.2.1 Implikasi Teoritis	93
5.2.2 Implikasi Praktis	94
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	97
5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi Perbankan Digital di Indonesia	3
Gambar 1.2 Perbandingan Top-of-Mind Awareness Bank Digital.....	7
Gambar 2.1 Model Penelitian	29
Gambar 4.1 Full Model SEM AMOS	74
Gambar 4.2 Full Model Setelah Dimodifikasi	76



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Instrumen <i>Security</i>	39
Tabel 3.2 Instrumen <i>Relative Advantage</i>	40
Tabel 3.3 Instrumen <i>Convenience</i>	42
Tabel 3.4 Instrumen <i>Customer Satisfaction</i>	44
Tabel 3.5 Instrumen <i>Customer Loyalty</i>	46
Tabel 3.6 Pengukuran Skala Likert.....	47
Tabel 3.7 <i>Goodness of Fit Indices</i>	52
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	54
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif <i>Security</i>	60
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif <i>Relative Advantage</i>	62
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif <i>Convenience</i>	64
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif <i>Customer Loyalty</i>	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Full Model	75
Tabel 4.9 <i>Goodness of Fit Indices</i> Model Setelah Modifikasi	78
Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	104
Lampiran 2 Surat Persetujuan Dosen Pembimbing.....	111
Lampiran 3 Lembar Perbaikan SUP	112
Lampiran 4 Kartu Konsultasi.....	113
Lampiran 5 Uji Full Model AMOS.....	114
Lampiran 6 Hasil Turnitin	115
Lampiran 7 Riwayat Hidup Penulis.....	116

