

ABSTRAK

PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, KUALITAS PELAYANAN DAN *E-BANKING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT BANK MESTIKA DHARMA, TBK KPO MEDAN

Erick, Canny, Kelvin
Program Studi Manajemen

Tujuan penelitian adalah untuk menguji dan menganalisis Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan *E-Banking* terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Penurunan loyalitas nasabah tercermin dari penurunan jumlah nasabah Bank Mestika yang diakibatkan oleh citra perusahaan mempunyai citra yang belum positif disebabkan rendahnya inovasi. Kualitas pelayanan yang mengalami penurunan mengakibatkan keluhan nasabah kepada perusahaan. *E-banking* Bank Mestika masih dibutuhkan perbaikan yang lebih baik dan memudahkan para nasabah dalam penggunaannya. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 280 nasabah dan sampel penelitian adalah 165 nasabah. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Secara parsial *E-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Secara simultan Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan dan *E-Banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,165 hal ini berarti 16,5% dari variasi variabel terikat yaitu loyalitas nasabah yang dapat dijelaskan oleh variasi variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan dan e-banking sedangkan sisanya sebesar 83,5% (100% - 16,5%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti inovasi, produk, promosi dan sebagainya.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, *E-Banking*, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

THE EFFECT OF COMPANY IMAGE, SERVICE QUALITY AND E-BANKING ON CUSTOMER LOYALTY AT PT BANK MESTIKA DHARMA, TBK KPO MEDAN

Erick, Canny, Kelvin
Program Studi Manajemen

The research objective was to test and analyze Company Image, Service Quality and E-Banking on Customer Loyalty at PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. The decline in customer loyalty is reflected in the decrease in the number of Bank Mestika customers due to the company's image which has not been positive due to low innovation. The quality of service that has decreased has resulted in customer complaints to the company. Bank Mestika e-banking still needs better improvements and makes it easier for customers to use. The population in this study amounted to 280 customers and the study sample was 165 customers. The results of the calculation of the partial hypothesis testing, corporate image has a positive and significant effect on customer loyalty at PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Partially Service Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty at PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Partially E-Banking has a positive and significant effect on Customer Loyalty at PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. Simultaneously, Corporate Image, Service Quality and E-Banking have a positive and significant effect on Customer Loyalty at PT Bank Mestika Dharma, Tbk KPO Medan. The coefficient of determination test results obtained an Adjusted R Square value of 0.165, this means 16.5% of the variation in the dependent variable, namely customer loyalty which can be explained by variations in the variables of corporate image, service quality and e-banking, while the rest is 83.5% (100%) - 16.5% explained by other variables not examined in this study, such as innovation, product, promotion and so on.

Keywords: *Company Image, Service Quality, E-Banking, Customer Loyalty*