

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Livin' by Mandiri merupakan aplikasi *mobile banking* Bank Mandiri yang mengintegrasikan semua kebutuhan transaksi finansial nasabah dari mulai kebutuhan, pembukaan rekening baru secara *online*, transaksi pembayaran, terkoneksi dengan ekosistem *marketplace* hingga investasi. *Mobile Banking* Mandiri dapat ditemukan di ponsel berbasis Android ataupun iOS. Dengan adanya aplikasi ini nasabah dapat mengecek saldo tabungan, *transfer* dan membayar tagihan. *Mobile Banking* diluncurkan pada bulan Mei tahun 2021 dengan nama Mandiri online. Pada September 2021 Bank Mandiri secara resmi meluncurkan dan menambah beberapa inovasi baru dalam program *Mobile Mbanking* nya yaitu NewLivin' by Mandiri *Online* untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah mengakses layanan perbankan dan meluncurkan logo Livin' dengan logo berwarna kuning.



GAMBAR 1.1
Logo New Livin' by Mandiri

*Sumber:*bankmandiri.co.id, 2024

Bank Mandiri merupakan bank yang berpusat di Jakarta didirikan pada 2 Oktober 1998, dan pada bulan Juli 1999 empat bank pemerintah seperti Bank Bumi Daya, Bank Pembangunan Indonesia, Bank Dagang Negara dan Bank Ekspor Impor Indonesia dilebur menjadi Bank Mandiri. Layanan pada new Livin' by Mandiri selain nasabah dapat membuka rekening secara *online* dalam hitungan menit nasabah juga

bisa cek saldo dan top up saldo, Tarik tunai tanpa kartu dengan Qris. Pada tahun 2022 Bank Mandiri meluncurkan fitur baru yaitu menawarkan layanan pembelian reksa dana mulai dari Rp 100.000, selanjutnya pada bulan berikutnya Bank Mandiri meluncurkan fitur layanan untuk pembelian transaksi tiket pesawat, tiket kereta api, *Entertainment*, dan lain lain.

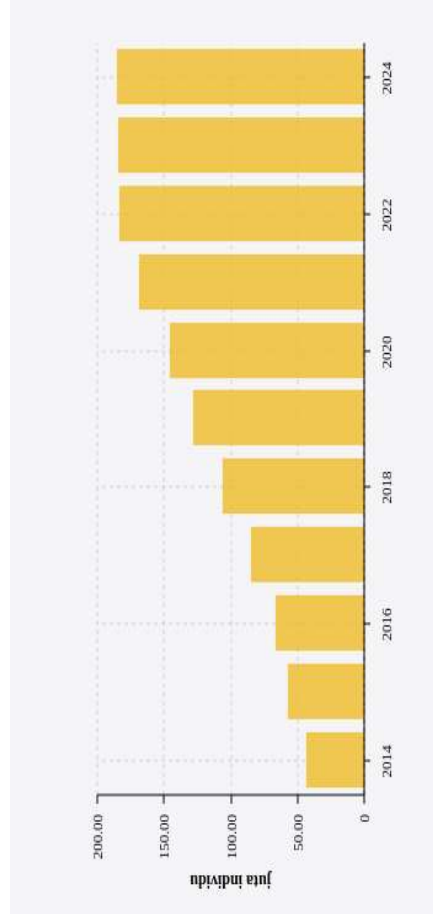
1.2 Visi dan Misi Perusahaan

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 intergal dalam kehidupan par nasabah

1. Amanah, menunjukkan amanah dengan memegang kuat kepercayaan yang diberikan.
2. Kompeten, terus meningkatkan kompetensi melalui pembelajaran berkelanjutan dengan pengembangan kapabilitas.
3. Harmoni, menciptakan harrmoni 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).

1.3 Produk dan Layanan

Mobile Banking Mandiri merupakan sarana transaksi perbankan menggunakan aplikasi *Mobile* yang disediakan oleh Bank Mandiri, *Livin by Mandiri* berbagai pilihan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan baik *financial* maupun *nonfinancial* nasabah. pada tahun 2021 bank Mandiri secara resmi meluncurkan versi terbaru dari aplikasi *Livin' by Mandiri* yaitu *New Livin' by Mandiri Financial Super App* untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam mengakses layanan Perbankan.



GAMBAR 1.3
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2014-2024)

Sumber: DataBoks, 2024

Internet semakin berkembang di dunia pada era digital, kehidupan modern menjadi lebih mudah berkat kontribusi yang besar terhadap teknologi dan internet untuk komunikasi dan berbagi informasi, dengan semakin berkembangnya teknologi membuat banyak sektor memanfaatkan teknologi dan informasi dalam berbagai bidang seperti sarana penjualan secara online, akademik, media informasi, dan perbankan. Pada proses perbankan dengan perkembangan internet memberikan kemudahan bagi masyarakat tanpa harus mengantri Panjang di bank atau harus pergi ke ATM untuk bertransaksi dengan perkembangan internet yang semakin canggih banyak memberikan akses kemudahan pada masyarakat. Jumlah pengguna internet yang semakin meningkat berdampak pada perubahan perilaku transaksi masyarakat menjadi lebih digital. Dengan ini masyarakat lebih memilih layanan perbankan berbasis digital dibandingkan melalui kantor konvensional (IDX Channel 2022).

Di Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna Internet terbesar didunia hal ini akan terus berkembang sesuai dengan program pemerintah Indonesia untuk meningkatkan produktivitas penduduk Indonesia dengan menggunakan internet secara berkala dan konsisten. Dilansir data survei yang dilakukan oleh *databoks* pada Gambar 1.3 perkembangan teknologi semakin cepat Menurut *We Are Social* (2023) terdapat 213 juta pengguna internet di Indonesia per Januari 2023 dimana jumlah internet tersebut naik sebesar 5,44% dibandingkan tahun

sebelumnya yaitu sebanyak 202 juta pengguna internet pada tahun 2022.

<i>Device Ownership</i>	Jumlah	Perubahan Setiap Tahunnya
<i>Any kind of mobile phone</i>	97.8%	+1.7% (+160 BPS)
<i>Smart phone</i>	97.6%	+1.8% (+170 BPS)
<i>Feature phone</i>	6.9%	-12.7% (-100 BPS)
<i>Laptop or desktop computer</i>	57.7%	-0.5% (-30 BPS)
<i>Tablet device</i>	30.9%	-8.3% (-280 BPS)
<i>Game console</i>	19.1%	-5.9% (-120 BPS)
<i>Smart watch or smart wristband</i>	30.1%	+0.7% (+20 BPS)
<i>TV Streaming device</i>	15.7%	-4.8% (-80 BPS)
<i>Smart home device</i>	16.2%	-1.2% (-20 BPS)
<i>Virtual reality device</i>	4.4%	-21.4% (-120 BPS)

GAMBAR 1.4

Jumlah Kepemilikan perangkat

Sumber: We are social (2023)

Pertumbuhan akses internet melalui *smartphone phone* menjadi dampak respon perkembangan teknologi dan internet kemudian dalam layanan perbankan digital mempermudah transaksi masyarakat dalam kehidupan sehari hari, layanan perbankan digital merupakan transaksi bagi masyarakat atau nasabah untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, dan melakukan transaksi perbankan melalui media elektronik dengan mengoptimalkan pemanfaatan data nasabah dalam rangka melayani nasabah secara mudah,cepat serta dapat dilakukan secara mandiri sesuai kebutuhan. Layanan perbankan digital membantu calon nasabah atau nasabah bank untuk melakukan transaksi diantaranya registrasi,pembukaan rekening, transaksi perbankan seperti Tarik tunai,transfer, dan lain lain.

Dalam perkembangannya, Statistik Perbankan Indonesia (SPI) mencatat bahwa 6,565 jaringan kantor cabang bank umum mengalami penurunan atau tutup pada Desember 2021- April 2022 (Bisnis.com, 2022). Namun pada transaksi perbankan digital terdapat peningkatan yaitu sebesar 71,4%. selain itu, *mobile banking* yang merupakan layanan perbankan digital mengalami peningkatan transaksi pesat hingga 3,2 miliar adanya peningkatan transaksi tersebut yang semakin tinggi peningkatannya pada mobile banking dapat menunjukkan perlunya perhatian Bank dalam meningkatkan kualitas layanannya.

Berdasarkan *Top Brand Award* kategori *E-Channel* tahun 2023, bank yang termasuk ke dalam Top Brand Index dalam mobile banking secara berurutan adalah Bank BCA, Bank BRI, dan Bank Mandiri. Mobile banking BCA yaitu m-BCA menempati posisi tertinggi dengan persentase yaitu 47,90%, BRI Mobile dengan Persentase 19,80%, M-banking Mandiri yang menempati posisi ketiga dengan persentasi 13,00% (Top Brand Index, 2023) dari persentasi tersebut dapat dilihat bahwa persentase m-banking Mandiri terpaut jauh dari BRI *Mobile* dan m-BCA dengan persentase 47,90% dan 19,80%. Hal tersebut dapat mengindikasikan perlunya peningkatan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan pada m-banking Mandiri agar dapat bersaing dengan m-banking lainnya.

Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
BNI Mobile	12.30	11.30	14.00	11.20	11.30
BRI Mobile	17.00	20.50	17.00	19.40	19.80
CIMB Niaga Mobile	3.40	4.00	4.10	3.80	4.20
m-Banking Mandiri	16.60	13.60	12.90	12.90	13.00
m-BCA	44.50	45.50	47.50	47.40	47.90

GAMBAR 1.5
Top Brand Kategori Channel

Sumber: Top Brand Award, 2024

Temuan dari penelitian mengidentifikasi beberapa faktor yang menyebabkan produk 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 (Hariyanti & Rachmawati, 2022).

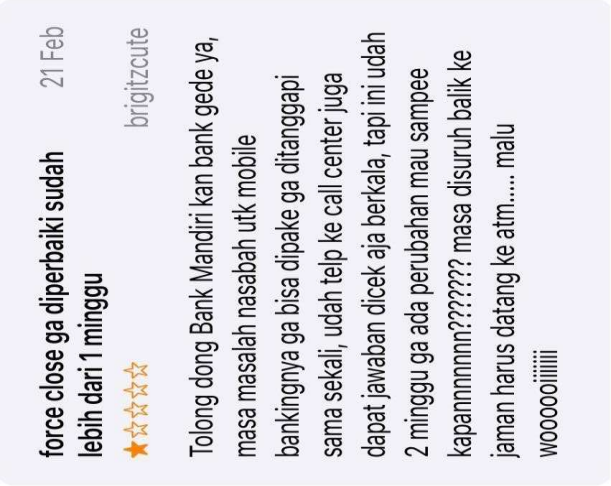
Dikutip dari bankmandiri.co.id Bank Mandiri terus melakukan inovasi bisnis untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan digital salah satunya adalah Livin By Mandiri *Mobile Banking*. Namun pada kenyataannya tidak semua pengguna Livin By Mandiri mendapatkan kualitas pelayanan yang memuaskan. Kualitas layanan yang dimaksud adalah kualitas elektronik atau *electronic service quality*. Menurut Gotama & Indrawati (2029:147) kualitas layanan elektronik atau yang dikenal sebagai *e-service quality* dan kualitas layanan pengiriman elektronik dipasar dunia maya. Berdasarkan *review* pada *App store* masih banyak pengguna yang mengeluhkan terkait

e-service quality dari aplikasi Livin Mandiri *Mobile Banking*. Hal tersebut didukung oleh dengan data-data yang telah peneliti dapatkan terkait keluhan pengguna dari aplikasi Livin Mandiri *Mobile Banking* sebagai berikut.

TABEL 1.1
Keluhan Pengguna Aplikasi Livin Mandiri Mobile Banking

No	Sumber/ Tanggal	Keluhan	Indikasi Persoalan
1.	App Store/ 24- Februari- 2024	<p>Force close ★★★★☆ diedit Sen Indras24</p> <p>Nih aplikasi ga jalan sama skali tiba2 aja ga bs masuk force close terus. Padahal udah update aplikasi + update ios tetap aja gamau dibuka 🤔🤔🤔🤔</p> <p>Kapan ya dibenerin? Ios 17.3.1 silu force close gamau masuk aplikasi. Mbok yo di update, gimana nih tim ITnya 🤔🤔🤔🤔🤔</p> <p>Respons Pngembang 18 Feb Hi Sahabat @Indras24, mohon maaf atas ketidaknyamanannya. Agar dapat kam lainnya</p>	<p>Keluhan di samping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>Efficiency, Fulfillment, dan system availability</i> serta rendahnya kepuasan pengguna aplikasi Livin Mandiri <i>Mobile Banking</i></p>
2.	App Store/ 28- Februari 2024	<p>tidak bisa log in malah suruh ganti p... Jum axislemot ★★★★☆</p> <p>tidak bisa log in disuruh ganti password mulu, ga ada menu lain ga ada opsi lain.. susah giliran butuh mau ambil duit</p> <p>Respons Pngembang Min Hi Sahabat @axislemot, mohon maaf atas ketidaknyamanannya. Agar dapat kam lainnya</p>	<p>Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>fulfillment dan System availability</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Livin Mandiri <i>Mobile Banking</i></p>

	App store/ 22 Februari 2024	Banking
3.	<p>Force closed di ios 17.3 versi aplikasi 1.8.0 ★☆☆☆☆ Arafio</p> <p>Tolong dong jadi keahambat urusan kerjaan udah request email ataupun telfon CS ga ada solusi, ya solusinya di patch lah dari pihak IT dan dev-nya Device 15 pro max Ancorrrr ini abangku</p>	<p>Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel E-Service Quality terutama pada dimensi responsiveness, privacy, contact, compensation dan indikasi adanya tidak kepuasan pengguna terhadap layanan Livin Mandiri Mobile Banking</p>
4.	<p>Baca ya tolong!!!! ★☆☆☆☆ 21 Feb Linosyas</p> <p>Minimal wa nya ada customer service nya, kalo pake pulsa kan gak semua orang punya pulsa. Terus gak semua orang cukup waktu buat tiba2 ke bank terdekat. Minimal jangan nyisihin nasabah sendiri. Kaya BCA dong punya customer service di wa. Kagak nyusahin nasabah nya</p>	<p>Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel E-Service Quality terutama pada dimensi system availability, fulfillment, contact dan responsiveness serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Livin Mandiri Mobile Banking</p>

5.	App store/ 21 Februari 2024	 <p>force close ga diperbaiki sudah lebih dari 1 minggu ★☆☆☆ Tolong dong Bank Mandiri kan bank gede ya, masa masalah nasabah utk mobile bankingnya ga bisa dipake ga ditanggapi sama sekali, udah telp ke call center juga dapat jawaban dicek aja berkala, tapi ini udah 2 minggu ga ada perubahan mau sampee kapannnnnn????? masa disuruh balik ke jaman harus datang ke atm..... malu w00000llllllllll</p>	Keluhan disamping mengindikasikan adanya persoalan pada variabel <i>E-Service Quality</i> terutama pada dimensi <i>fulfillment</i> dan <i>System availability</i> , <i>Responsiveness</i> dan <i>contact</i> serta indikasi rendahnya kepuasan pengguna pada aplikasi Livin Mandiri <i>Mobile Banking</i>
----	-----------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

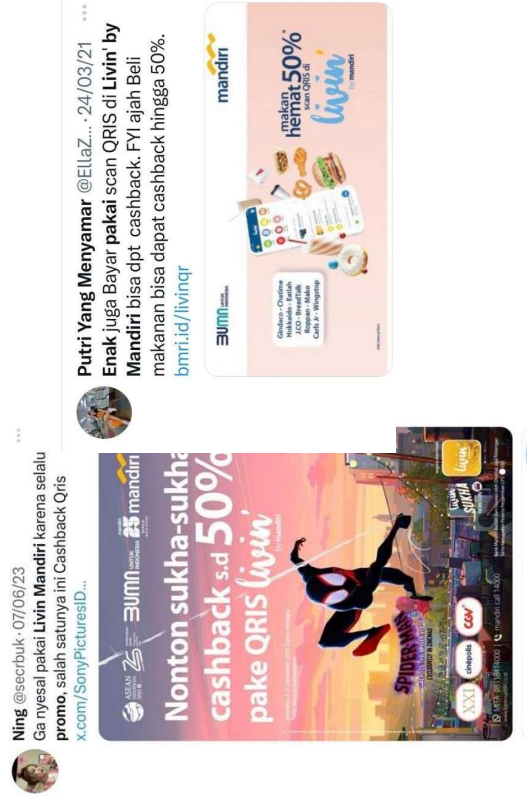
Sumber: App Store Livin By Mandiri

Berdasarkan data keluhan pengguna yang telah penulis rangkum diatas menunjukkan bahwasannya masih banyak keluhan yang dialami dan diutarakan dari pengguna terhadap aplikasi Livin Mandiri *Mobile Banking*. Keluhan-keluhan tersebut menunjukkan masih adanya ketidakpuasan pengguna terhadap implementasi Livin Mandiri sehingga hal tersebut masih menjadi penyebab rendahnya pengguna aplikasi Livin Mandiri dan rendahnya tingkat presentase pada Top Brand Indeks sebagai data penunjang . *E-Service quality* menjadi hal penting untuk menentukan berhasil atau gagalnya suatu transaksi elektronik dan juga menggambarkan bagaimana kinerja suatu aplikasi dalam memberikan pelayanan, memfasilitasi aktivitas transaksi online (Santika & Pramudana 2018: 281).

Banyaknya keluhan dan kasus terhadap layanan Livin Mandiri *Mobile Banking* ini juga memungkinkin berakibat pada penurunan loyalitas pengguna di seluruh wilayah Indonesia. Hal ini merupakan ancaman bagi Bank Mandiri jika tidak dapat memperbaiki beberapa masalah yang menjadi keluhan pengguna dan jika Bank Mandiri tidak dapat mempertahankan layanan yang sudah ada terhadap pesaing. Keluhan yang diutarakan pengguna dengan perasaan marah, kesal, dan kecewa tersebut dapat menimbulkan persepsi yang tidak baik di pikiran pelanggan lain yang

akan menggunakan Livin Mandiri *Mobile Banking*. Jika ulasan seperti diatas terus bertambah maka akan memperluas persepsi tidak baik layanan Livin Mandiri *Mobile Banking* sehingga dapat menyebabkan keputusan pengguna untuk berpindah menggunakan *mobile banking* yang lain. Berdasarkan penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, artinya *e-service quality* memiliki peranan yang signifikan terhadap pembentukan *e-customer loyalty* dalam suatu layanan online (Cahaya & Siswanti, 2020).

Dalam penelitian ini, kecepatan dan kemudahan pengguna menggunakan aplikasi secara *online (efficiency)*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, *contact*, dan fitur layanan yang diberikan secara personal dapat memenuhi kebutuhan pengguna (*fulfillment*) dianggap sebagai tujuh komponen *e-service quality* yang mempengaruhi *e-customer satisfaction* dan *e-loyalitas* sehingga membantu sektor perbankan untuk menetapkan strategi pemasaran yang efektif, membangun hubungan pelanggan jangka panjang dan mendapatkan keunggulan kompetiti



GAMBAR 1.6
Loyalitas Pengguna Livin By Mandiri

Selanjutnya untuk faktor loyalitas pelanggan, dapat dilihat pada contoh gambar di atas bahwa beberapa konsumen setia menggunakan dikarenakan banyaknya promo dan *Cashback* oleh Livin Mandiri. Hal ini sejalan dengan faktor kepuasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Beberapa hal yang sudah dipaparkan sebelumnya, menjadi alasan penulis melakukan penelitian tentang penggunaan Livin By Mandiri yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Livin Mandiri diIndonesia. Pemilihan objek penelitian Livin Mandiri berdasarkan pada gambar 1.5 yang dimana Livin Mandiri menempati posisi ketiga mestipun lebih unggul dari M-Bca dan BRI *Mobile* , maka dari itu implikasi dalam penelitian ini yaitu ingin mengetahui apakah kepuasan pelanggan dan adanya sikap loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan terutama pada industri Perbankan yaitu Livin Mandiri merupakan hal yang harus lebih dipertahankan untuk menjadi lebih unggul dibandingkan M-Bca dan Bri Mobile dan menjaga eksistensinya dan untuk menarik konsumen baru.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik mobile banking pada bank Mandiri terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna di Indonesia secara menyeluruh, sehingga judul yang diangkat peneliti adalah **Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Livin By Mandiri Mobile Banking.**

TABEL 1.2
Hasil Pra Survey Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor Total
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1	Aplikasi mudah digunakan.	0	0	0	14	16	30
2	Aplikasi dapat memuat halaman dengan cepat	0	1	1	21	7	30
3	Aplikasi memberikan informasi transaksi yang cepat.	0	0	3	20	7	30
4	Aplikasi memberikan bukti transaksi	0	0	1	15	14	30
5	Aplikasi beroperasi dengan baik	0	6	3	13	8	30
6	Aplikasi jarang mengalami gangguan	5	5	3	13	5	30
7	Aplikasi melindungi data pribadi pengguna	0	0	2	20	8	30
8	Aplikasi melindungi data transaksi pengguna	0	1	0	21	8	30
9	Aplikasi menyediakan fitur untuk membantu masalah pengguna	1	3	5	15	6	30
10	Aplikasi <i>mobile banking</i> memberikan kecepatan dalam layanan	1	3	5	14	7	30
11	Aplikasi bertanggung jawab atas permasalahan yang terjadi	0	1	9	15	5	30
12	Aplikasi menyediakan kontak perusahaan	1	3	6	13	7	30

TABEL 1.3
Hasil Pra Survey Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor Total
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1	Puas saat login aplikasi	8	3	6	13	8	30
2	Aplikasi memiliki kemudahan bertransaksi dengan Aplikasi	0	0	4	16	10	30
3	Aplikasi menginformasikan kontak layanan online	2	4	4	14	8	30
4	Kinerja aplikasi karena sesuai harapan	2	4	5	12	7	30
5	Memberikan akulasi informasi,data dalam bertransaksi pada aplikasi	0	0	6	17	7	30
6	Memberikan panduan arahan transaksi yang jelas pada aplikasi	0	0	5	16	9	30
7	Aplikasi melindungi data pribadi	0	0	2	17	11	30
8	Aman pada saat menggunakan aplikasi	0	0	1	19	10	30
9	Melakukan transaksi kembali dengan aplikasi	0	0	3	20	7	30

TABEL 1.4
Hasil Pra Survei Loyalitas Pelanggan

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban					Skor Total
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)	
1	Lebih memilih menggunakan aplikasi Livin By Mandiri mobile banking	0	0	3	19	8	30
2	Senang bertransaksi menggunakan aplikasi Livin By Mandiri mobile banking	0	0	6	15	9	30
3	Percaya dengan layanan aplikasi	0	0	6	15	9	30
4	Merekomendasikan aplikasi kepada orang lain	0	0	7	14	9	30
5	Layanan aplikasi sangat membantu dalam melakukan transaksi	0	0	12	14	12	30
6	Aplikasi Livin By Mandiri mobile banking dipercaya menjadi aplikasi terbaik dibidangnya	2	5	2	13	8	30
7	Aplikasi Livin By Mandiri mobile banking menjadi pilihan pertama	1	3	4	14	8	30
8	Menggunakan aplikasi kembali karena lebih efisien	0	2	5	15	8	30
9	Menggunakan kembali aplikasi karena data yang akurat	0	2	6	15	7	30
10	Menggunakan aplikasi kapanpun dibutuhkan	0	0	3	13	14	30
11	Tetap terus menggunakan Livin By Mandiri mobile banking	0	1	4	17	8	30

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada paparan latar belakang masalah di atas, adapun perumuskan masalah yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *e-service quality* pada pengguna Livin Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
2. Bagaimana *Customer Satisfaction* pada pengguna Livin Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
3. Bagaimana *e-loyalty* pada pengguna Livin Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
4. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
5. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
6. Seberapa besar pengaruh *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
7. Seberapa besar pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas maka tujuan penulis melakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. *E-service quality* pengguna Livin Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
2. *E-Satisfaction* pengguna Livin Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
3. *E-loyalty* pengguna Livin Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia?
4. *E-service quality* terhadap *e-satisfaction* pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia
5. *E-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking* di Indonesia
6. *E-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pada pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking*
7. *E-service quality* terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction* pada pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking*

1.7 Kegunaan Penelitian

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat berguna bagi seluruh pembaca yang ingin melakukan penelitiannya selanjutnya dan untuk praktisi atau pelaku bisnis yang lain. Penulis berharap ini dapat menjadi sumbangan penelitian baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai dimensi *Service Quality* yang diterapkan dan bagaimana respon dari *Service Quality* (Kualitas Layanan) *Customer Satisfaction* (Kepuasan Pelanggan dan *Loyalty Program* untuk meningkatkan kualitas layanan dari Livin by Mandiri *Mobile Banking* Dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menerapkan strategi dalam usaha untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan sebagai implementasi ilmu dimana penulis dapatkan saat belajar di S1 Administrasi Bisnis, serta pada Program Studi S1 Administrasi Bisnis

3. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu atau pengetahuan kepada pembaca dalam bidang pemasaran dan pedoman bagi peneliti selanjutnya, sehingga bisa dijadikan perbandingan di masa yang akan datang.

1.8 Sistematika Penulisan

Untuk dapat mempermudah dalam memahami dan menelusuri isi dari penulisan penelitian ini, maka sistematika dibuat untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian ini yang lebih jelas dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I ini menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada Bab II ini akan di bahas mengenai tinjauan pustaka penelitian dan lingkup penelitian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III ini akan di bahas mengenai metode penelitian yang di gunakan, jenis penelitian, variabel operasional, informan penelitian, tahapan penelitian, dan teknik pengumpulan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan dibahas mengenai kesesuaian antara teori terhadap aktivitas observasi yang dilakukan serta pembahasan hasil observasi sehingga dapat mencapai tujuan yaitu menjawab permasalahan-permasalahan yang diangkat.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab terakhir dipaparkan kesimpulan hasil observasi yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang ingin disampaikan terhadap perusahaan yang di jadikan objek observasi.

1.9 Waktu dan Periode Penelitian

1. Lokasi penelitian dilakukan di seluruh Indonesia dan Objek penelitiannya yaitu pengguna Livin By Mandiri *Mobile Banking*.
2. Waktu dan periode penelitian dilakukan selama kurang lebih 4 Bulan yaitu pada bulan Maret 2024 sampai dengan Juni.