

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan *mobile banking* yang meliputi kemudahan penggunaan, efisiensi, interoperabilitas, privasi dan keamanan, daya tanggap, keterjangkauan biaya layanan, serta portofolio layanan terhadap kepuasan konsumen yang akan memediasi pada retensi konsumen. Kemudian, penelitian ini mengkolaborasi metode *E-S-QUAL (Electronic Service Quality)* dan *BSQ (Banking Service Quality)* menjadi sebuah pengukuran dalam melakukan pengujian serta menggunakan objek penelitian berupa layanan *mobile banking* di Indonesia sebagaimana lebih lanjut dalam melakukan pengujian terhadap kualitas *mobile banking* pada bank – bank yang terklasifikasi pada KBMI (Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti) IV, yang meliputi, Bank Mandiri “*Living By Mandiri*”, Bank Rakyat Indonesia (BRI) “*BRI-Mo*”, Bank Negara Indonesia (BNI) “*BNI Mobile Banking*” serta Bank Central Asia (BCA) “*M-BCA*”.

Responden penelitian ini adalah memiliki usia di atas 18 tahun, berdomisili maupun bertempat tinggal di Pulau Jawa secara khusus di kota – kota besar seperti Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), Bandung, Yogyakarta, Semarang, dan Surabaya, serta telah menggunakan layanan *mobile banking* minimal satu tahun penggunaan. Penelitian ini berhasil mengumpulkan serta memproses data dari 223 responden yang telah memenuhi syarat melalui metode pengumpulan data *non- probability purposive sampling*. Kemudian, metode analisis data menggunakan dua cara, yaitu melalui SPSS (*Statistical Package for The Social Sciences*) dalam melakukan pengujian validitas dan reliabilitas pada responden kecil berjumlah 50 responden serta metode PLS- SEM (*Partial Least Square – Structural Equation Modelling*) untuk menguji pengaruh kualitas layanan *mobile banking* terhadap retensi konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai pemediasi secara keseluruhan.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, efisiensi, privasi dan keamanan, daya tanggap, keterjangkauan biaya layanan, serta portofolio layanan berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan konsumen. Lebih lanjut, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan pada retensi konsumen. Sementara itu, interoperabilitas menunjukkan bahwa berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada kepuasan konsumen.

**Kata Kunci** : Kualitas layanan, *mobile banking*, kepuasan konsumen, retensi konsumen, KBMI (Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti) IV

## ABSTRACT

*This study aims to investigate the impact of mobile banking service quality, encompassing ease of use, efficiency, interoperability, privacy and security, responsiveness, service costs, and service portfolio, on consumer satisfaction, which mediates consumer retention. The study integrates the E-S-QUAL (Electronic Service Quality) and BSQ (Banking Service Quality) methods into a unified measurement framework to evaluate mobile banking services in Indonesia. Specifically, it assesses the quality of mobile banking services provided by banks classified under KBMI (Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti) IV, including Bank Mandiri with "Livin By Mandiri," Bank Rakyat Indonesia (BRI) with "BRI-Mo," Bank Negara Indonesia (BNI) with "BNI Mobile Banking," and Bank Central Asia (BCA) with "M-BCA."*

*The study's respondents are individuals aged over 18 years, residing on the island of Java, particularly in major cities such as Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi), Bandung, Yogyakarta, Semarang, and Surabaya. These individuals have utilized mobile banking services for a minimum of one year. The research collected and analyzed data from 223 respondents who met the criteria, employing a non-probability purposive sampling method for data collection. The data analysis was conducted using two approaches: SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) to test the validity and reliability with a small sample of 50 respondents, and PLS-SEM (Partial Least Square - Structural Equation Modeling) to examine the influence of mobile banking service quality on consumer retention, with consumer satisfaction serving as a mediator.*

*The findings reveal that ease of use, efficiency, privacy and security, responsiveness, service costs, and service portfolio positively and significantly influence consumer satisfaction. Additionally, consumer satisfaction positively and significantly impacts consumer retention. However, interoperability exhibits a negative and insignificant effect on consumer satisfaction.*

**Keywords:** *Service quality, mobile banking, consumer satisfaction, consumer retention, KBMI (Kelompok Bank Berdasarkan Modal Inti) IV*