

ABSTRAK

Pengaruh Penggunaan *E-Banking* Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BNI 46 Pare Kabupaten Kediri Jawa Timur.

Fitria Novita sari

Email: 1

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing : 1. Dr.Enni Sustiyatik, S.E., M.M

2. Angga Rizka Lidiawan S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan e-banking dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah bank BNI 46 Pare Kabupaten Kediri Jawa Timur. Studi kasus dilakukan pada seluruh nasabah pengguna e-banking bank BNI 45. Data diperoleh dengan melakukan penyebaran kuesioner secara langsung. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil berdasarkan perhitungan rumus slovin, dengan teknik pengambilan sampel *probability sampling* karena populasi yang diambil berdasarkan kriteria tertentu, yaitu nasabah bank BNI 46 yang menggunakan e-banking yang berada di Pare Kabupaten Kediri Jawa Timur. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) *E- Banking (X1)* terhadap Loyalitas Nasabah (Y) memiliki pengaruh parsial sebesar -2,605 dengan taraf signifikan sebesar 0,037. (2) *Kepercayaan (X2)* terhadap Loyalitas Nasabah (Y) memiliki pengaruh parsial sebesar 2,033 dengan taraf signifikan sebesar 0,045. (3) *E- Banking (X1)* dan *Kepercayaan (X2)* terhadap Loyalitas Nasabah (Y) memiliki pengaruh simultan sebesar 12,121 dengan taraf signifikan sebesar 0,025.

Kata Kunci : *E-Banking*, Kepercayaan, Loyalitas

ABSTRACT

The Effect of E-Banking and Trust on Customer Loyalty at BNI 46 Pare Bank, Kediri Regency, East Java.

Fitria Novita sari

Email: fitrianovita181@gmail.com

Faculty of Economics, Kadiri University

Supervisor : 1. Dr. Enni Sustiyatik, SE, MM

2. Angga Rizka Lidiawan SE, MM

This study aims to determine the effect of using e-banking and trust on customer loyalty at BNI 46 Pare, Kediri Regency, East Java. The case study was conducted on all customers using e-banking BNI 45 bank. Data were obtained by distributing questionnaires directly. The sample studied in this study was 100 respondents who were taken based on the slovin formula calculation, with *probability sampling sampling technique* because the population was taken based on certain criteria, namely BNI 46 bank customers who use e-banking located in Pare, Kediri Regency, East Java. The data analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) *E-Banking (X1)* on Customer Loyalty (Y) has a partial effect of -2.605 with a significant level of 0.037. (2) *Trust (X2)* on Customer Loyalty (Y) has a partial effect of 2.033 with a significant level of 0.045. (3) *E-Banking (X1)* and *Trust (X2)* on Customer Loyalty (Y) have a simultaneous effect of 12.121 with a significant level of 0.025.

Keywords : E-Banking, Trust, Loyalty