

## ABSTRAK

**Widia Amanatul Kamilah. 2024. Pengaruh Ragam Produk dan Kualitas Pelayanan *Mobile Banking* terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia dengan Kepuasan sebagai Variabel *Intervening*: Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.**

*BSI Mobile Banking* bertujuan untuk mempermudah transaksi nasabah serta memberikan informasi kepada nasabah melalui fitur yang disediakan. Ditengah kemajuan layanan *Mobile Banking*, nasabah BSI menghadapi sejumlah tantangan yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas mereka. Adapun kendala yang dihadapi nasabah BSI di Kota Tasikmalaya diantaranya kendala teknis seperti terjadinya *error* pada aplikasi dan fitur yang kurang memadai, peristiwa serangan *siber ransomware* juga mengakibatkan penurunan loyalitas nasabah. Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh ragam produk dan kualitas pelayanan *mobile banking* terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia melalui kepuasan nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif melalui metode analisis *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS), alat pengolahan data menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah nasabah BSI yang menggunakan *BSI Mobile* di Kota Tasikmalaya dengan sampel sebanyak 155 responden. Analisis data dan uji hipotesis yang dilakukan yaitu *outer model* dan *inner model*.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil uji *R-Square* pertama ragam produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan sebesar 58,3% sedangkan sisanya 41,7% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian. *R-Square* kedua variabel ragam produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan sebesar 74,1% sedangkan sisanya 25,9% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian. Adapun untuk setiap hipotesis dinyatakan diterima karena memiliki nilai t-statistik  $> 1.96$  dan nilai p value  $< 0.05$ .

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah kepuasan (Z) mampu memediasi variabel ragam produk ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) maka hipotesis diterima. Adapun kontribusi dari penelitian ini yaitu dapat memberikan pengetahuan bagi pihak BSI dalam pengembangan strategi melalui peningkatan ragam produk maupun kualitas pelayanan *mobile banking* agar nasabah merasa puas berujung pada peningkatan loyalitas, selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini, kemudian hasil penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru dan menjadi acuan bagi masyarakat dalam menggunakan *mobile banking* BSI.

**Kata Kunci:** Ragam Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan, Loyalitas Nasabah, *BSI Mobile Banking*.