

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN KEAMANAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS PELANGGAN *MOBILE BANKING*

ANDARI RESIKCA



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Keamanan Layanan terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan *Mobile Banking*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Andari Resikka
K1501221100



RINGKASAN

ANDARI RESIKCA. Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Keamanan Layanan terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan *Mobile Banking*. Dibimbing oleh NIMMI ZULBAINARNI dan POPONG NURHAYATI.

Industri perbankan Indonesia terus mengalami transformasi digital, hal ini terlihat dari meningkatnya volume transaksi digital banking nasional sebesar 263% selama tahun 2021 hingga tahun 2025. Perkembangan layanan digital perbankan tersebut mendorong semakin tingginya penggunaan *mobile banking* di kalangan nasabah. Ketatnya persaingan *super app* menuntut BNI membangun loyalitas nasabah, salah satunya melalui *customer relationship management* (CRM) yang baik dan keamanan layanan yang terpercaya.

Penelitian ini menganalisis apakah CRM dan keamanan layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah pengguna Wondr by BNI, apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, serta merumuskan implikasi manajerial bagi BNI. Objek penelitian adalah nasabah BNI Wilayah Jakarta Kota yang aktif menggunakan layanan *mobile banking* “Wondr” yang berdomisili wilayah Jabidetak. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 400 responden. Analisis data dilakukan dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) menggunakan software *SmartPLS* untuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antar variabel dari CRM dan keamanan layanan sebagai variabel independen dengan kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh hipotesis penelitian diterima dimana CRM berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, keamanan layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, serta kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, CRM dan keamanan layanan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah secara tidak langsung melalui kepuasan nasabah. CRM dan keamanan layanan sama-sama meningkatkan kepuasan dan loyalitas nasabah, dengan kepuasan nasabah sebagai faktor paling dominan dalam membentuk loyalitas. BNI disarankan memperkuat CRM yang terintegrasi dan berbasis data, menjadikan keamanan digital (enkripsi, autentikasi berlapis, monitoring real-time) sebagai prioritas, serta rutin mengevaluasi kepuasan nasabah melalui survei dan penanganan keluhan yang responsif. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan variabel lain (kualitas layanan, kepercayaan, citra perusahaan) serta memperluas objek dan wilayah penelitian agar hasil lebih general.

Kata kunci: *customer relationship management*, keamanan layanan, kepuasan nasabah, loyalitas nasabah, *mobile banking*



SUMMARY

ANDARI RESIKCA. The Influence of Customer Relationship Management and Service Security on Customer Satisfaction and Loyalty in Mobile Banking Customers. Supervised by NIMMI ZULBAINARNI and POPONG NURHAYATI.

Indonesia's banking industry continues to undergo digital transformation, as reflected in the 263% increase in national digital banking transaction volume between 2021 and 2025. This development in digital banking services has driven increasingly higher use of mobile banking among customers. The intense competition among super apps requires BNI to build customer loyalty, partly through strong customer relationship management (CRM) and trustworthy service security.

This study analyzes whether CRM and service security affect the satisfaction and loyalty of Wondr by BNI users, whether customer satisfaction affects customer loyalty, and formulates managerial implications for BNI. The object of the study is BNI customers in the Jakarta Kota area who actively use the “Wondr” mobile banking service and reside in the Jabodetabek area. This study uses a quantitative method, with data collected through questionnaires distributed to 400 respondents. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Squares (PLS) with SmartPLS software, to test the direct and indirect effects among variables, with CRM and service security as independent variables, customer satisfaction as a mediating variable, and customer loyalty as the dependent variable.

The results show that all research hypotheses were accepted: CRM has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty, service security has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty, and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. In addition, CRM and service security also have a significant indirect effect on customer loyalty through customer satisfaction. CRM and service security both improve customer satisfaction and loyalty, with customer satisfaction being the most dominant factor in shaping loyalty. BNI is advised to strengthen integrated, data-driven CRM, prioritize digital security (encryption, multi-factor authentication, real-time monitoring), and regularly evaluate customer satisfaction through surveys and responsive complaint handling. Future research is recommended to add other variables (service quality, trust, corporate image) and to expand the research object and area for more generalizable results.

Keywords: customer loyalty, customer relationship management, customer satisfaction, mobile banking, service security



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026 Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DAN KEAMANAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN SERTA LOYALITAS PELANGGAN *MOBILE BANKING*

ANDARI RESIKCA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M.
- 2 Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M.

Judul Tesis : Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Keamanan Layanan terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan *Mobile Banking*

Nama : Andari Resikca

NIM : K1501221100

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi, M.Si.



Pembimbing 2:

Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana

Manajemen dan Bisnis :

Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.

NIP : 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis :

Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.

NIP : 196812291992031016



Tanggal Ujian: 13 Agustus 2026

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak Januari 2025 sampai Juli 2026 ini berjudul **“Pengaruh *Customer Relationship Management* dan Keamanan Layanan terhadap Kepuasan serta Loyalitas Pelanggan *Mobile Banking*”**.

Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan tesis ini, yaitu:

1. Ibu Dr. Nimmi Zulbainarni, S.Pi, M.Si dan Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M selaku komisi pembimbing yang telah memberikan saran dan kritiknya dalam penyelesaian karya ilmiah ini
2. Ibu Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. selaku dosen penguji luar komisi dan Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M. selaku dosen penguji perwakilan program studi yang telah memberikan banyak saran serta masukan untuk menyempurnakan karya ilmiah ini.
3. Ibu Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. selaku dosen seminar pada seminar hasil dan Bapak Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M selaku dosen seminar pada saat kolokium yang telah membantu proses karya ilmiah ini dan telah memberikan banyak saran serta masukan terhadap karya ilmiah ini.
4. Kedua orang tua Saya yaitu Bapak Dadong dan Ibu Sri serta seluruh keluarga (Azkia dan Andriansyah) dan Farhannov Mufty beserta keluarga atas segala doa, semangat, dukungan, dan kasih sayangnya sehingga studi pascasarjana ini dapat selesai dengan baik.
5. Teman-teman angkatan E84 Magister Manajemen dan Bisnis atas kebersamaan, motivasi, dukungan, dan semangat dalam penyusunan tesis.
6. Seluruh civitas akademik dan staf Sekolah Bisnis IPB atas bantuannya sejak awal perkuliahan hingga terselesaikan karya ilmiah ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

Andari Resikka

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Wonder <i>by</i> BNI	8
2.2 Loyalitas Nasabah	9
2.3 Kepuasan Nasabah	9
2.4 <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	10
2.5 Keamanan Layanan	11
2.6 Penelitian Terdahulu	11
2.7 Kerangka Pemikiran	17
2.8 Hipotesis Penelitian	18
III METODE PENELITIAN	24
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	24
3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian	24
3.3 Teknik Penentuan Sample	24
3.4 Variabel Penelitian	25
3.5 Pengelompokan Pengumpulan Data	26
3.6 Teknik Analisa dan Pengolahan Data	27
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Segmen Retail BNI	32
4.2 Karakteristik Responden	34
4.3 Analisa SEM	35
4.4 Kontribusi Indikator terhadap Masing-Masing Variabel	44
4.5 Pembahasan	46
4.6 Implikasi Manajerial	51
4.7 Keterbatasan Penulis	52
V KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	62



DAFTAR TABEL

1	Transaksi digital banking di Indonesia tahun 2021-2025	1
2	Volume transaksi per proprietary channel tahun 2021-2025	2
3	Kinerja Wondr tahun 2024 dan 2025	4
4	Kinerja super app beberapa Bank di Indonesia periode Kuartal III 2025	5
5	Penelitian terdahulu	12
6	Variable penelitian dan indikator	25
7	Kinerja Dana Pihak Ketiga (DPK) Bank BNI tahun 2025	33
8	Karakteristik demografis responden	34
9	Periode menjadi nasabah para responden	34
10	Frekuensi penggunaan mobile banking responden	35
11	Hasil uji validitas konvergen - <i>loading factor</i>	37
12	Hasil uji validitas konvergen - <i>average variance extracted</i>	37
13	Hasil uji validitas diskriminan - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix	38
14	Hasil uji validitas konvergen - <i>fornell larcker criterion</i>	38
15	Hasil uji reliabilitas	39
16	Hasil uji koefisien determinasi	40
17	Hasil uji Q^2 (<i>predictive relevance</i>)	40
18	Hasil uji F^2 (<i>effect size</i>)	41
19	Hasil uji parsial (t) <i>direct</i>	42
20	Hasil uji parsial (t) <i>indirect</i>	43
21	Nilai <i>loading factor variable customer relationship management</i>	44
22	Nilai <i>loading factor variable</i> keamanan layanan	45
23	Nilai <i>loading factor variable</i> kepuasan nasabah	45
24	Nilai <i>loading factor variable</i> loyalitas nasabah	46

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	18
2	Framework pengaruh customer relationship management dan keamanan layanan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan	23
3	Struktur skala likert	27
4	Pemodelan SEM untuk pengaruh customer relationship management dan keamanan layanan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan	28
5	Jumlah pengguna mobile banking BNI dan Wondr Tahun 2024-2025	32
6	Jumlah transaksi mobile banking dan wondr Tahun 2024-2025	33
7	Outer model	36

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	58
---	----------------------	----