

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS INFORMASI TERHADAP LOYALITAS PENGGUNA PADA APLIKASI BLU DENGAN KEPUASAN PENGGUNA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Scholastica Mutiara Sherla

NIM: 212114026

Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

2025

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara industri perbankan melayani nasabah dengan beralih dari sistem konvensional ke sistem digital dan otomatis. Bank digital adalah bank berbadan hukum Indonesia yang melakukan bisnis melalui saluran elektronik dengan kantor fisik yang terbatas atau bahkan tanpa kantor fisik sama sekali. Salah satu bank digital di Indonesia adalah Blu by BCA Digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna pada aplikasi Blu dengan kepuasan pengguna sebagai variabel intervening.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui media sosial dalam bentuk tautan google form. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 150 orang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *snowball sampling*. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Squares* (PLS) dengan bantuan software SmartPLS, serta menguji koefisien jalur antar variabel dalam model penelitian.

Kesimpulan penelitian ini menemukan bahwa kualitas informasi berdampak positif pada loyalitas pengguna dan kepuasan pengguna. Selain itu, kepuasan pengguna tidak berpengaruh pada loyalitas pengguna dan tidak memediasi pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas pengguna.

Kata kunci: Blu, kualitas informasi, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

THE EFFECT OF INFORMATION QUALITY ON USER LOYALTY IN BLU APPLICATION WITH USER SATISFACTION AS A INTERVENING VARIABLE

Scholastica Mutiara Sherla
NIM: 212114026
Universitas Sanata Dharma Yogyakarta
2025

The development of digital technology changed the way the banking industry served customers by switching from conventional systems to digital and automated systems. A digital bank was an Indonesian legal entity that conducted business through electronic channels with limited physical offices or even no physical offices at all. One of the digital banks in Indonesia was Blu by BCA Digital. This study aimed to analyze the effect of information quality on user loyalty in Blu applications with user satisfaction as a intervening variable.

This study was a quantitative research conducted using a survey method with questionnaires distributed through social media in the form of Google Form links. A total of 150 respondents participated in this study, with the sampling technique employed being the snowball sampling method. The data were analyzed using the Structural Equation Modeling (SEM) method based on Partial Least Squares (PLS) with the help of SmartPLS software, along with path coefficient testing between variables in the research model.

The conclusion of this study found that information quality positively affected both user loyalty and user satisfaction. In addition, user satisfaction had no effect on user loyalty and did not mediate the effect of information quality on user loyalty.

Keywords: Blu, information quality, satisfaction, loyalty