

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan kualitas produk *m-banking* memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah dalam penggunaan *m-banking* di area Kota Surabaya dan sebagai rujukan penelitian terdahulu mengenai penelitian yang sehubungan dengan kualitas layanan dan kualitas produk secara digital. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif regresi berganda dengan menggunakan empat variabel, yaitu variabel  $X_1$  (Kualitas Layanan),  $X_2$  (Kualitas Produk) dan variabel  $Y_1$  (Kepuasan Nasabah),  $Y_2$  (Loyalitas Nasabah) serta menggunakan kuisisioner dalam mengambil pendapat nasabah Bank BRI yang telah menggunakan *m-banking* di area Kota Surabaya. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah maupun loyalitas nasabah namun kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda dan pendapat nasabah Bank BRI yang telah menggunakan *m-banking* di area Kota Surabaya.

Kata Kunci : *Mobile Banking*, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to find out if the quality of service and quality of m-banking products have an influence on customer satisfaction and loyalty in the use of m-banking in the Surabaya area and as a reference of previous research on research related to service quality and product quality digitally. The method used is quantitative regression multiple by using four variables, namely variables  $X_1$  (Quality of Service),  $X_2$  (Product Quality) and variable  $Y_1$  (Customer Satisfaction),  $Y_2$  (Customer Loyalty) and using questionnaires in taking the opinion of BRI Bank customers who have used m-banking in the Surabaya area. The results of this study concluded that the quality of service has a positive effect on customer satisfaction and has no influence on customer loyalty. The quality of the product has no effect on customer satisfaction or customer loyalty but customer satisfaction has a positive influence on customer loyalty. Based on the results of multiple regression calculations and the opinions of BRI Bank customers who have used m-banking in the Surabaya area.*

*Keywords : Mobile Banking, Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*