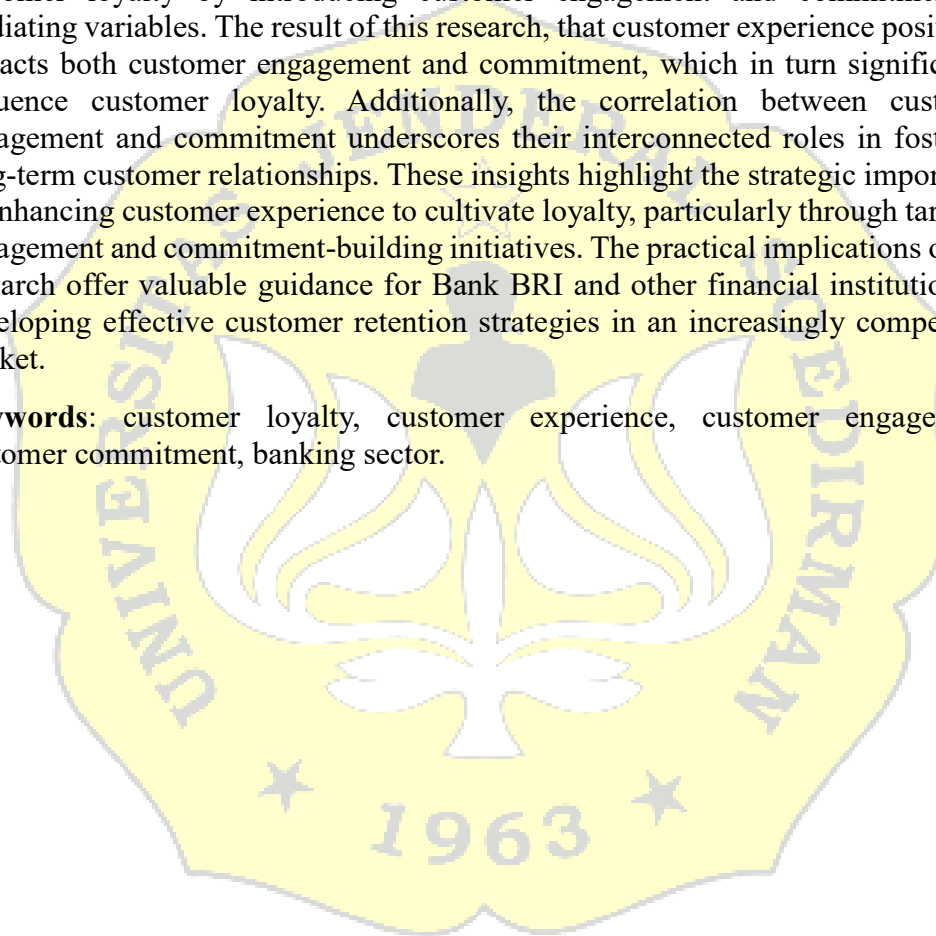


Abstract

This study investigates the relationship between customer experience, customer engagement, customer commitment, and customer loyalty in the banking sector, with a specific focus on Bank Rakyat Indonesia (BRI). Employing a structural equation modeling (SEM) approach, the research analyzes data collected from 182 BRI customers in Purwokerto, Indonesia. The study aims to address inconsistent findings from previous research on the influence of customer experience on customer loyalty by introducing customer engagement and commitment as mediating variables. The result of this research, that customer experience positively impacts both customer engagement and commitment, which in turn significantly influence customer loyalty. Additionally, the correlation between customer engagement and commitment underscores their interconnected roles in fostering long-term customer relationships. These insights highlight the strategic importance of enhancing customer experience to cultivate loyalty, particularly through targeted engagement and commitment-building initiatives. The practical implications of this research offer valuable guidance for Bank BRI and other financial institutions in developing effective customer retention strategies in an increasingly competitive market.

Keywords: customer loyalty, customer experience, customer engagement, customer commitment, banking sector.



Abstrak

Penelitian ini menyelidiki hubungan antara pengalaman pelanggan, keterlibatan pelanggan, komitmen pelanggan, dan loyalitas pelanggan di sektor perbankan, dengan fokus khusus pada Bank Rakyat Indonesia (BRI). Menggunakan pendekatan model persamaan struktural (SEM), penelitian ini menganalisis data yang dikumpulkan dari 182 nasabah BRI di Purwokerto, Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengatasi temuan yang tidak konsisten dalam penelitian sebelumnya mengenai pengaruh pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan memperkenalkan keterlibatan pelanggan dan komitmen sebagai variabel mediasi. Temuan utama menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap keterlibatan dan komitmen pelanggan, yang pada gilirannya memengaruhi loyalitas pelanggan secara signifikan. Selain itu, korelasi antara keterlibatan pelanggan dan komitmen menyoroti peran saling terkait mereka dalam membangun hubungan pelanggan jangka panjang. Wawasan ini menekankan pentingnya strategi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan guna membangun loyalitas, terutama melalui inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan komitmen pelanggan. Implikasi praktis dari penelitian ini memberikan panduan berharga bagi Bank BRI dan institusi keuangan lainnya dalam mengembangkan strategi retensi pelanggan yang efektif di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci: loyalitas pelanggan, pengalaman pelanggan, keterlibatan pelanggan, komitmen pelanggan, sektor perbankan.

