

ABSTRAK

Perkembangan teknologi perbankan mendorong inovasi layanan, termasuk *Call Center*, *mobile banking (M-Banking)*, dan biaya administrasi untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Layanan ini memungkinkan nasabah mengakses informasi, melakukan transaksi, dan menyelesaikan masalah secara efisien tanpa harus datang ke kantor cabang. Namun, biaya administrasi juga memengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap bank. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Call Center*, *M-Banking*, dan Biaya Admin terhadap loyalitas nasabah, jumlah responden dari penelitian ini yaitu sebanyak 98 responden, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner berbasis skala likert dan data diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, *Call Center* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sebaliknya, *M-Banking* dan Biaya Admin memiliki pengaruh signifikan. Uji simultan menunjukkan variabel *Call Center*, *M-Banking*, dan Biaya Admin secara bersama-sama memengaruhi loyalitas nasabah, Penelitian ini menggaris bawahi pentingnya optimalisasi M-Banking dan kebijakan biaya administrasi untuk meningkatkan loyalitas nasabah di sektor perbankan.

Kata kunci : *Call Center*, *M-Banking*, *Biaya Admin*, *Loyalitas Nasabah*, **BSI.**

ABSTRACT

The development of banking technology drives service innovations, including Call Centers, mobile banking (M-Banking), and administrative fees, to enhance customer satisfaction. These services allow customers to access information, perform transactions, and resolve issues efficiently without visiting branch offices. However, administrative fees also influence customer satisfaction and loyalty toward banks. This study aims to examine the effect of Call Centers, M-Banking, and Administrative Fees on customer loyalty. The study involved 98 respondents and employed a quantitative method with a Likert-scale-based questionnaire, and the data was processed using SPSS 25. The results showed that partially, Call Centers do not have a significant effect on customer loyalty, Conversely, M-Banking and Administrative Fees have a significant effect, respectively. Simultaneous testing revealed that Call Centers, M-Banking, and Administrative Fees collectively influence customer loyalty, This study highlights the importance of optimizing M-Banking and administrative fee policies to enhance customer loyalty in the banking sector.

Keywords: *Call Center, M-Banking, Administrative Fees, Customer Loyalty, BSI.*