

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisa sejauh mana pengaruh strategi penurunan *Merchant Discount Rate* (MDR) terhadap kepuasan *Merchant* dan penggunaan mesin *Electronic Data Capture* (EDC), serta menguji dan menganalisa sejauh mana pengaruh strategi *loyalty point* terhadap kepuasan *Merchant* dan penggunaan mesin EDC. Penelitian ini juga bertujuan menguji dan menganalisa pengaruh kepuasan *merchant* terhadap penggunaan mesin EDC di *merchant* Bank X Regional Office Denpasar.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian yang bersifat deskriptif dan analitis. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan Smart PLS.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara strategi penurunan MDR sebagai *customer cost* terhadap kepuasan *merchant* dan tingkat penggunaan mesin EDC. Strategi *loyalty point* sebagai insentif dan motivasi tidak berpengaruh terhadap tingkat penggunaan mesin EDC, namun terdapat pengaruh terhadap kepuasan *merchant*. Hasil penelitian juga menunjukkan pengaruh antara kepuasan *merchant* menggunakan mesin EDC terhadap tingkat penggunaan mesin EDC Bank X Regional Office Denpasar.

Kata Kunci: *Merchant Retention, Merchant Satisfaction, Loyalty Point, Strategi Penurunan MDR.*