

ABSTRAK

Industri Perbankan di Indonesia adalah salah satu industri yang bersaing ketat dalam mempertahankan nasabahnya. Dari jumlah bank umum yang ada di Indonesia, didapati bahwa salah satu bank dengan jumlah nasabah terbanyak adalah Bank Mandiri yang mencapai jumlah 33,5 juta rekening pada tahun 2021. Melihat dari rekam jejaknya, Bank Mandiri pernah mengalami beberapa permasalahan terutama yang berhubungan dengan layanan aplikasi perbankan Livin' by Mandiri yang dirilis oleh bank tersebut. Meskipun mengalami banyak keluhan, aplikasi tersebut tetap mendapatkan penilaian yang baik di Google Playstore (4,4/5). Selain itu terdapat beberapa inkonsistensi hasil penelitian yang ada sebelumnya pada hubungan *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction*. Karena hal tersebut maka dilakukanlah penelitian ini dengan tujuan membuktikan pengaruh *Service Quality*, *Brand Experience*, dan *Brand Trust* terhadap *Brand Loyalty* Melalui *Customer Satisfaction* di Industri Perbankan. (Studi Pada Nasabah Bank Mandiri Pengguna Aplikasi Livin' By Mandiri).

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah pengguna aplikasi perbankan Livin' by Mandiri dengan sampel pengguna aplikasi tersebut yang berusia produktif (15-64 tahun). Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 124 sampel. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner. Setelah data terkumpul, data dianalisis menggunakan metode SEM (*Structural Equation Model*) dan diolah pada program AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahawa *Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty*, *Brand Experience* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty*, *Brand Trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dan *Brand Loyalty*, serta *Customer Satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *Brand Loyalty*.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Pengalaman Merek, , Manajemen Hubungan Pelanggan, CRM, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Merek.