

ABSTRAK

Pengguna *internet* di Indonesia selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya. Salah satu perubahan gaya hidup yang terjadi dengan munculnya *internet* yaitu pada kegiatan perbankan. Layanan perbankan saat ini telah banyak beralih menjadi serba *digital*. Kegiatan *Digital Banking* semakin berkembang pesat di Indonesia semenjak adanya penyebaran Virus Covid-19. Brimo merupakan salah satu *mobile banking* yang terdapat pada top5 aplikasi keuangan yang sedang tren namun berada di peringkat ke-5 atau terakhir. Setelah melihat ulasan pengguna terhadap layanan brimo, ternyata masih banyak yang merasa kurang puas dan berniat untuk tidak menggunakan Brimo lagi dengan memberikan penilaian bintang 1.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis terkait dengan layanan serta kepuasan dan dampaknya pada loyalitas pengguna Brimo dengan menggunakan dimensi e-servqual yang dimodifikasi yaitu *efficiency, reliability, responsiveness, user friendliness, personal need, assurance, security* dan *site organization*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan penelitian deskriptif dan kausal. Data yang diperoleh yaitu dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan teknik *sampling non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Berdasarkan hal tersebut maka diperoleh 406 responden pengguna Brimo. Selanjutnya menggunakan SMART PLS (*Partial Least Square*) dalam melakukan pengolahan data untuk memperoleh hasil penelitian.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu *reliability, user friendliness, assurance, security* dan *site organization* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*. Sedangkan variabel lainnya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, yaitu *efficiency, responsiveness* dan *personal need*. Selanjutnya *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*.

Saran yang dapat diberikan peneliti pada Brimo berdasarkan hasil dari penelitian ini, yaitu Brimo disarankan untuk memperbaiki *user interface* yang dimilikinya agar lebih tertata dengan baik.

Kata Kunci: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, E-Servqual, Mobile Banking.*