## **ABSTRAK**

Dengan berkembangnya teknologi internet, serta jumlah penggunanya yang semakin meningkat, membuat banyak industri termasuk perbankan yang memanfaatkannya untuk digitalisasi layanan. BNI sebagai salah satu bank terbesar di Indonesia telah lama memiliki layanan berbasis digital dengan nama BNI *Mobile Banking*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa kuat pengaruh *E-Service Quality*, terhadap *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty* pada aplikasi BNI *Mobile Banking* serta kepuasan terhadap loyalitas pada pengguna BNI *Mobile Banking*.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif, dengan jumlah sampel sebesar 295 responden. Responden diminta untuk memberikan persepsinya pada lima skala ordinal terhadap 21 pernyataan pada kuisioner yang disebar secara online kepada pengguna BNI Mobile Banking di Indonesia. Seluruh indikator pada masing-masing variabel telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian hipotesis dilakukan setelah dilakukan uji kecocokan model dengan sekumpulan kriteria *goodness of fit*. Empat hipotesis yang saling terkait membentuk sebuah model persamaan struktural (SEM) akan diuji signifikansinya dengan uji T dan kemudian diukur kekuatan pengaruhnya. Seluruh proses perhitungan dilakukan menggunakan software LISREL 8.80. Hasil penelitian menunjukan terdapat pengaruh signifikan E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction dan pengaruh tidak langsug terhadap Customer Loyalty melalui Customer Satisfaction sebagai variabel intervening. Dimensi pada E-Service Quality yang memiliki pengaruh yang kuat diantaranya Responsivenes, Reliability, Personalization dan Trust. Penelitian ini memberikan rekomendasi serta saran yang efektif untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna BNI Mobile Banking

**Kata kunci**: *E-Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, BNI *Mobile Banking*, *Structural Equation Model* (SEM),