

ABSTRAK

Bank Central Asia (BCA) merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia. BCA memiliki layanan *mobile banking* atau yang dikenal dengan BCA Mobile. BCA Mobile telah memperoleh banyak penghargaan, diantaranya menduduki peringkat pertama *Top Brand Award* kategori *E-Channel*. Akan tetapi dalam satu tahun terakhir, BCA Mobile masih mendapatkan penilaian kurang baik pada aplikasi Apple Store, banyak dikeluhkan oleh para penggunanya yang disampaikan melalui aplikasi X, serta hasil pra survei terkait loyalitas pengguna yang mengindikasikan adanya ketidakpuasan yang pada akhirnya memengaruhi loyalitas. Fenomena ini membuktikan bahwa pengguna merasa kurang puas dan percaya dengan layanan yang diberikan BCA pada BCA Mobile. Selain fenomena tersebut, ditemukan inkonsistensi pada penelitian terdahulu, yaitu kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui anteceden *customer loyalty* dengan *customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada pengguna BCA Mobile di Kota Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Semarang yang merupakan pengguna BCA Mobile dan berusia minimal 17 tahun. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari pernyataan tertutup secara daring berhasil memperoleh 220 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kuantitatif dan struktural dengan menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan AMOS (*Analysis Moment of Structural*) 24.

Temuan pada penelitian ini berhasil membuktikan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel *intervening*. Begitu pula kepuasan pelanggan yang juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Implikasi manajerial yang dapat diterapkan adalah dengan menggunakan penelitian ini sebagai pertimbangan BCA dalam meningkatkan kualitas layanan dan kepercayaan agar pengguna BCA Mobile merasa puas sehingga meningkatkan loyalitas.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, *Mobile Banking*