

## ABSTRAK

Persaingan bisnis yang semakin ketat terutama di dunia perbankan saat ini membuat para perbankan terus mengembangkan dan menciptakan produk-produk inovasi dalam teknologi agar memudahkan nasabah. Bank BNI adalah perusahaan perbankan milik pemerintah yang selalu berupaya meningkatkan kualitas layanan demi memenuhi kebutuhan nasabah terutama dalam penggunaan internet banking salah satunya pada kantor cabang Pati. Namun, cara tersebut ternyata belum berjalan efektif karena masih terdapat keluhan dari para nasabah mengenai kualitas layanan yang diberikan bank. Keluhan dari nasabah berdampak pada penurunan jumlah transaksi dan penggunaan rekening yang mengakibatkan rekening tersebut tidak aktif atau disebut rekening dormant. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah BNI Cabang Pati dengan sampel sebanyak 157 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *proportional random sampling* dan menggunakan alat analisis *Structural Equation Modeling* (SEM).

Berdasarkan hasil analisis membuktikan bahwa rekening dormant berpengaruh signifikan negatif terhadap kepercayaan nasabah sehingga rekening dormant yang tinggi akan menurunkan kepercayaan nasabah. *Digital marketing* yang baik dari BNI KC Pati akan meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah tersebut. Penelitian ini juga membuktikan bahwa *digital marketing* yang baik dari BNI KC Pati akan meningkatkan minat bertransaksi kembali. Penelitian juga membuktikan bahwa semakin tinggi kepercayaan nasabah BNI KC Pati semakin tinggi minat bertransaksi kembali.

**Kata Kunci :** Rekening Dormant, Digital Marketing, Kepercayaan nasabah, Minat bertransaksi kembali

