

ABSTRACT

This study examines how digital service quality and ease of use affect customer loyalty to Wondr by BNI through the mediating role of customer satisfaction. The research applied a quantitative method, with Structural Equation Modeling (SEM) employed to analyze the collected data. The findings indicate that digital service quality has a positive and significant influence on customer loyalty. Ease of use also positively and significantly contributes to customer loyalty. Furthermore, digital service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Ease of use similarly demonstrates a positive and significant influence on customer satisfaction. Customer satisfaction positively and significantly affects customer loyalty and represents the most influential factor in developing loyalty among Wondr by BNI users. Based on the Variance Accounted For (VAF) analysis, customer satisfaction partially mediates the relationships of digital service quality and ease of use with customer loyalty. The findings imply that improvements in digital service quality and application usability increase customer satisfaction, which subsequently strengthens customer loyalty. Therefore, BNI is advised to continuously enhance its digital service standards, system reliability, security features, and application usability to sustain and improve customer loyalty.

Keywords: *service quality, ease of use, satisfaction and loyalty*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan Digital dan Kemudahan Penggunaan terhadap Loyalitas Nasabah Aplikasi *Wondr by BNI* dengan Kepuasan nasabah sebagai Variabel Intervening. Penelitian mempergunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis data berbasis *Structural Equation Modeling* (SEM). Temuan mengindikasikan kualitas layanan digital berpengaruh positif dan signifikan atas loyalitas nasabah. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan atas loyalitas nasabah. Selain itu, kualitas layanan digital berpengaruh positif serta signifikan atas kepuasan nasabah. Kemudahan penggunaan berpengaruh positif serta signifikan atas kemudahan. Kepuasan nasabah terbukti memiliki pengaruh positif serta signifikan atas loyalitas nasabah serta menjadi faktor yang paling dominan dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi *Wondr by BNI*. Temuan uji mediasi mempergunakan *Variance Accounted For* (VAF) menunjukkan bahwa kepuasan nasabah memediasi secara parsial pengaruh kualitas layanan digital dan kemudahan penggunaan atas loyalitas nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas layanan digital serta kemudahan penggunaan aplikasi mampu meningkatkan kepuasan nasabah yang pada akhirnya memperkuat loyalitas mereka. Oleh sebab itu, BNI perlu terus meningkatkan kualitas layanan digital, keamanan, keandalan sistem, serta kemudahan penggunaan aplikasi *Wondr by BNI* guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah.

Kata kunci: kualitas layanan, kemudahan, kepuasan dan loyalitas