

## ABSTRAK

Saat ini, *mobile banking* telah menjadi kebutuhan sehari-hari nasabah. Berbagai bank menawarkan berbagai *mobile banking* salah satunya *mobile banking* dari Bank CIMB Niaga yang disebut Go-Mobile. Namun telah terjadi tindak penipuan yang dilakukan oleh oknum tidak bertanggung jawab yang mengatasnamakan Bank CIMB Niaga melalui aplikasi Go Mobile. Akibatnya, beberapa nasabah harus menanggung kerugian akibat tindak penipuan ini. Fenomena ini, tentu nya dapat mempengaruhi *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* nasabah CIMB Niaga. *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* juga akan mempengaruhi *Consumer Loyalty* nasabah. Padahal, *Consumer Loyalty* adalah komponen penting bagi perusahaan agar terus dapat bertahan dan bersaing. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability* sampling dengan tipe *incidental sampling* dengan 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Brand Trust* dan *Customer Satisfaction* pada produk Go Mobile terhadap *Consumer Loyalty*. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah, tanggapan nasabah mengenai variabel *Brand Trust* memiliki persentase sebesar 74,65% dan masuk kedalam kategori “baik”, variabel *Customer Satisfaction* memiliki persentase sebesar 66,8% dan masuk kedalam kategori “baik”, sedangkan variabel *Consumer Loyalty* memiliki persentase sebesar 61,70% dan masuk kedalam kategori “buruk”. Secara parsial *Brand Trust* tidak memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Consumer Loyalty*. Sedangkan, *Customer Satisfaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *Consumer Loyalty*.

Kata Kunci: kepercayaan merek, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen