

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat di Indonesia telah mengubah cara orang berinteraksi dengan layanan perbankan, termasuk dengan hadirnya aplikasi *mobile banking*. Bank OCBC Indonesia memanfaatkan aplikasi *mobile banking* untuk memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi keuangan, yang terbukti dari meningkatnya jumlah unduhan aplikasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap aplikasi *mobile banking* Bank OCBC, dengan fokus pada delapan variabel utama, yaitu: *trust*, *convenience*, *Social influence*, *App attributes*, *Customer support*, dengan *m-banking customer experience* terhadap *customer Loyalty*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner dari 270 responden yang telah menggunakan aplikasi *mobile banking* Bank OCBC. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software Smart PLS-SEM untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang ada.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti *trust*, *convenience*, *Social influence*, *App attributes*, dan *Customer support* memiliki pengaruh positif terhadap pengalaman pengguna, yang kemudian berimbas pada meningkatnya loyalitas pelanggan Bank OCBC. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi Bank OCBC Indonesia dalam meningkatkan pengalaman nasabah dan memperkuat loyalitas mereka terhadap aplikasi *mobile banking*.

Kata Kunci: *mobile banking*, *PLS-SEM*, *customers Loyalty*, *Customer experience*, *Structural Equation Modeling (SEM)*