

ABSTRAK

Berakhirnya pandemi Covid-19, tidak mengubah kebiasaan masyarakat untuk terus mengikuti perkembangan teknologi digital termasuk dalam bidang perbankan. Sehingga penggunaan mobile banking semakin pesat dan berubah menjadi sebuah kebutuhan saat ini. Hal ini tentu terjadi karena masyarakat merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh mobile banking. Sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap *retention intention* dalam penggunaan mobile banking. Data dari penelitian ini diperoleh melalui survey online para pengguna aktif mobile banking sebanyak 165 responden di cabang KC Jakarta Plaza Mandiri. Peneliti menggunakan aplikasi Smart PLS (Partial Least Square) untuk mengolah data penelitian ini. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *Efficiency, Service Portofolio, Customer Satisfaction*, dan *Trust* terbukti memiliki pengaruh positif terhadap *Retention Intention* dalam penggunaan Mobile Banking yang membuat pengguna Mobile Banking ingin terus menggunakan Mobile Banking hingga saat ini. Sedangkan, *Ease of use, Interoperability, Privacy, Responsiveness, Reliability*, dan *Service Charges* tidak terbukti memiliki pengaruh positif pada *Retention Intention* nasabah pengguna Mobile Banking.

Kata kunci : *Mobile Banking, satisfaction, keberlanjutan, perbankan, retention intention.*