

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Analisis Persepsi Customer Digital Banking, Customer Experience Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. (Studi Pada Livin by Mandiri Nasabah KCP Jakarta TCC Batavia). Variable independen pada penelitian ini adalah *Site Organization*, *Reliability*, *Responsiveness*, *User Friendly*, *Personal Need*, *Efficiency*, dan *Security*. Sedangkan variable dependen penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah

Pengujian hipotesis ini menggunakan metode (PLS)-SEM atau *Partial Least Square* dengan software SmartPLS 3.2.9 2022. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner aplikasi *googleform* untuk mengumpulkan informasi responden. Sampel pada penelitian ini berjumlah 110 nasabah pada KCP Jakarta TCC Batavia.

Hasil analisis menunjukkan bahwa *Site Organization* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. *Reliability* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. *Responsiveness* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. *User Friendly* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. *Personal Need* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. *Efficiency* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah. *Security* tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah.

Kata Kunci: *Site Organization*, *Reliability*, *Responsiveness*, *User Friendly*, *Personal Need*, *Efficiency*, *Security*, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah.