

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan dalam penggunaan aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri. Studi ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, melibatkan 150 responden pengguna aktif aplikasi Livin' by Mandiri. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan model struktural (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan dan kepercayaan pelanggan juga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kepercayaan pelanggan terbukti menjadi variabel mediasi penting dalam memperkuat hubungan antara kepuasan dan loyalitas. Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi Bank Mandiri dalam meningkatkan kualitas layanan digital dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.