

INTISARI

Bank Mandiri merupakan perusahaan di sektor perbankan dan mempunyai misi menjadi bank yang mampu menyediakan solusi perbankan digital yang handal bagi nasabahnya. Untuk melancarkan misi tersebut, Bank Mandiri terus melakukan inovasi untuk membuat nasabahnya tetap loyal terhadap produk/jasa mereka. Penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengaruh kepercayaan, kualitas layanan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas nasabah *Smartbranch* Bank Mandiri di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah *Smartbranch* Bank Mandiri di Yogyakarta. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data primer yang diperoleh dari kuesioner serta data sekunder berupa studi literatur dari berbagai sumber yang terkait. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif statistik, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis baik secara parsial maupun simultan serta uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah *Smartbranch* Bank Mandiri di Yogyakarta. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah *Smartbranch* Bank Mandiri di Yogyakarta. Kemudian, pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah *Smartbranch* Bank Mandiri di Yogyakarta. Secara simultan, variabel kepercayaan, kualitas layanan dan pengalaman pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah *Smartbranch* Bank Mandiri di Yogyakarta.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Layanan, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas, *Smartbranch*.

ABSTRACT

Bank Mandiri is a company in the banking sector and has a mission to become a bank capable of providing reliable digital banking solutions for its customers. To carry out this mission, Bank Mandiri continues to innovate to keep its customers loyal to its products/services. This study discusses the influence of trust, service quality and customer experience on customer loyalty at Bank Mandiri Smartbranch in Yogyakarta. This study uses a quantitative approach using survey methods. The population in this study were Bank Mandiri Smartbranch customers in Yogyakarta. The sample in this study amounted to 100 respondents who were obtained using a purposive sampling technique. The data used in this study include primary data obtained from questionnaires and secondary data in the form of literature studies from various related sources. Data analysis carried out in this study had statistical descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing both partially and simultaneously, and testing the coefficient of determination. The results of this study indicate that trust has a positive effect but is not significant on customer loyalty at Bank Mandiri Smartbranch in Yogyakarta. Service quality has a positive and significant effect on customer loyalty at Bank Mandiri Smartbranch in Yogyakarta. Then, customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty at Bank Mandiri Smartbranch in Yogyakarta. Simultaneously, the variables of trust, service quality and customer experience together have a positive and significant effect on customer loyalty at Bank Mandiri Smartbranch in Yogyakarta.

Keywords: *Trust, Service Quality, Customer Experience, Loyalty, Smartbranch.*