

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM PENGGUNAAN DIGI MOBILE BANKING DI BANK BJB KCP KOPO

ABSTRAK

Fenomena meningkatnya digitalisasi perbankan menuntut lembaga keuangan untuk menjaga kualitas pelayanan dan citra merek agar tetap kompetitif. Namun, pada Bank BJB KCP Kopo, penggunaan aplikasi DIGI Mobile Banking menunjukkan penurunan jumlah pengguna aktif pada tahun 2024 serta munculnya berbagai keluhan nasabah terkait respons layanan dan reputasi merek. Kondisi ini menandakan perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan citra merek terhadap loyalitas nasabah pengguna DIGI Mobile Banking di Bank BJB KCP Kopo. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, melibatkan 95 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda, dengan pengujian validitas, reliabilitas, asumsi klasik, uji t, dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, demikian pula citra merek yang memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Secara simultan, kedua variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna DIGI Mobile Banking. Penelitian ini bermanfaat bagi pihak manajemen Bank BJB sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas layanan digital dan memperkuat citra merek agar tercipta loyalitas yang berkelanjutan. Secara teoritis, hasil penelitian ini memperkaya literatur mengenai faktor-faktor penentu loyalitas nasabah dalam konteks layanan perbankan digital.

Kata kunci: Bank BJB, Citra Merek, DIGI Mobile Banking, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah.

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND BRAND IMAGE ON
CUSTOMER LOYALTY IN USING DIGI MOBILE BANKING AT BANK BJB
KCP KOPO**

ABSTRACT

The increasing digitalization of banking requires financial institutions to maintain service quality and brand image to remain competitive. However, at Bank BJB KCP Kopo, the use of the DIGI Mobile Banking application showed a decline in the number of active users in 2024, along with various customer complaints regarding service responsiveness and brand reputation. This situation indicates the need to evaluate the factors influencing customer loyalty. This study aims to analyze the influence of service quality and brand image on customer loyalty among DIGI Mobile Banking users at Bank BJB KCP Kopo. The research method used was quantitative with an associative approach, involving 95 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression, with tests for validity, reliability, classical assumptions, t-tests, and F-tests.

The results show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, and brand image also has a positive and significant effect on loyalty. Simultaneously, these two variables also significantly influence customer loyalty among DIGI Mobile Banking users. This research is useful for Bank BJB management as evaluation material to improve the quality of digital services and strengthen brand image to create sustainable loyalty. Theoretically, the results of this study enrich the literature on the determinants of customer loyalty in the context of digital banking services.

Keywords: Service Quality, Brand Image, Customer Loyalty, DIGI Mobile Banking, Bank BJB.