

ABSTRAK

Era globalisasi menjadi dasar meningkatnya penggunaan layanan mobile banking dan tuntutan penerapan prinsip keberlanjutan dalam praktik pemasaran perbankan, khususnya pada aplikasi BRImo. *Green marketing* digital dan kemudahan penggunaan aplikasi dipandang sebagai faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan sekaligus loyalitas nasabah di era transformasi digital perbankan saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei kepada nasabah pengguna aplikasi BRImo sebagai responden, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis untuk menguji pengaruh *Green marketing* digital dan kemudahan aplikasi terhadap kepuasan serta loyalitas nasabah, termasuk peran kepuasan sebagai variabel mediasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Green marketing* digital dan kemudahan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pengguna BRImo, yang selanjutnya memperkuat loyalitas nasabah, sekaligus bahwa kedua variabel tersebut juga memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Green marketing* digital dan kemudahan aplikasi terhadap loyalitas nasabah pengguna BRImo, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi.

Kata kunci: *Green marketing* digital, kemudahan aplikasi, kepuasan nasabah, loyalitas

ABSTRAK

The era of globalization has become the basis for the increasing use of mobile banking services and sustainability principles in banking marketing practices, especially in the BRImo application. Green digital marketing and ease of use of the application are seen as important factors that can influence customer satisfaction and loyalty in the current era of digital banking transformation. This study uses a quantitative approach with a survey technique to customers who use the BRImo application as respondents, where data is collected through questionnaires that are analyzed and analyzed to test the effect of green digital marketing and ease of use of the application on customer satisfaction and loyalty, including the role of satisfaction as a mediating variable. The results show that green digital marketing and ease of use of the application have a positive and significant effect on customer satisfaction of BRImo users, which in turn strengthens consumer loyalty, while both variables also have a significant direct effect on loyalty. This study aims to analyze the influence of green digital marketing and ease of use of the application on customer loyalty of BRImo users, both directly and indirectly through customer satisfaction as a mediating variable..

Keywords: *green digital marketing, ease of application, customer satisfaction, customer loyalty*