

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada era modern saat ini menjadi salah satu yang tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk industri perbankan. Layanan perbankan digital kini semakin populer di kalangan masyarakat, salah satunya adalah SeaBank telah berhasil menjadi salah satu bank digital yang digemari oleh masyarakat saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman pelanggan, nilai yang dirasakan dan keterlibatan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan pada pengguna Seabank di Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif kausal dengan menggunakan teknik *Nonprobability Sampling* dengan total sampel 385 responden. Dalam pengolahan data dilakukan analisis melalui teknik analisis data dan regresi linier berganda peneliti menggunakan *SPSS*.

Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepercayaan pelanggan. Variabel nilai yang dirasakan memiliki pengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepercayaan pelanggan. Dan variabel keterlibatan pelanggan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh secara simultan dan parsial. Adapun hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan, nilai yang dirasakan dan keterlibatan pelanggan memiliki pengaruh secara simultan dan signifikan sebesar 53.2% dan sebagainya 46.8% dipengaruhi oleh variabel diuar penelitian ini.

**Kata kunci : Pengalaman Pelanggan, Nilai yang dirasakan, Keterlibatan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Seabank**