

ABSTRAK

Pihak bank harus meningkatkan pelayanannya agar kesetiaan nasabah tetap terjaga. Terdapat juga permasalahan pada tahun 2022 sempat terdengar berita mengenai New Livin' by Mandiri, dimana dana dari beberapa nasabah tiba-tiba hilang, sehingga muncul komplain dari nasabah. Dari latar belakang tersebut didapatkan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Satisfaction* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Switching Cost* sebagai Variabel Intervening. Metode penelitian yang digunakan bersifat deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif yang melibatkan 100 responden pengguna New Livin' by Mandiri. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Penelitian ini data responden diolah menggunakan aplikasi SPSS ver.26.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan dan parsial, *E-Service Quality* dan *Customer Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *Customer Loyalty* dan *Switching Cost*. *Switching Cost* mampu meningkatkan hubungan antara *E-Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dan *Switching Cost* mampu meningkatkan hubungan antara *Customer Satisfaction* Berpengaruh Terhadap *Customer Loyalty* Pada Pengguna New Livin' Mandiri

Kesimpulan penelitian ini, seluruh variabel sudah dalam kategori baik namun masih diperlukan peningkatan pada beberapa item. New Livin' by Mandiri agar lebih mempertimbangkan pada peningkatan *E-service Quality* dan *Customer Satisfaction* karena akan mempengaruhi *Customer Loyalty* dan *Switching Cost*.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty* dan *Switching Cost*.