

## ABSTRAK

Internet semakin berkembang di dunia pada era *digital*, kehidupan modern telah menjadi lebih mudah berkat kontribusi besar teknologi internet untuk komunikasi dan berbagi informasi. Perkembangan teknologi membuat banyak sektor memanfaatkan teknologi dan informasi dalam berbagai bidang seperti media informasi, sarana berjualan, pembayaran, perbankan, dan akademik.

Pada proses perbankan dengan perkembangan internet memberikan kemudahan bagi masyarakat dengan keberadaan layanan digitalisasi layanan. Bank Mandiri sebagai salah satu bank yang memanfaatkan layanan digitalisasi dengan meluncurkan aplikasi *New Livin' by Mandiri* yang merupakan penyempurnaan aplikasi Mandiri *Online* untuk meningkatkan kemudahan dan kenyamanan nasabah mengakses layanan perbankan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Dimensi *E-service quality* terhadap *E-customer satisfaction* serta dampaknya terhadap *E-customer loyalty* pada aplikasi *Livin'by Mandiri mobile banking*. Hal ini berkaitan dengan penilaian kualitas layanan elektronik yang diberikan dengan melibatkan dimensi *e-service quality* yaitu *site organization, reliability, responsiveness, user friendliness, personal need, dan efficiency* terhadap *e-customer loyalty* sebagai variabel dependen dengan melihat pengaruh dari *e-customer satisfaction* sebagai variabel intervening.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 388 orang responden yaitu pengguna aplikasi *Livin'by Mandiri mobile banking* yang pernah melakukan transaksi di Indonesia. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis data *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* yang diolah dengan menggunakan aplikasi *SmartPLS*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat sembilan hipotesis yang diterima yaitu *reliability, responsiveness, personal need, efficiency, e-customer satisfaction* yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*. Selanjutnya *reliability, responsiveness, personal need, efficiency* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*. Kemudian pada penelitian ini terdapat empat hipotesis yang ditolak yaitu *site organization, user friendliness* yang memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *e-customer satisfaction*. Selanjutnya *site organization, user friendliness* memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap *e-customer satisfaction* melalui *e-customer loyalty*. Adapun saran yang dapat penulis berikan untuk perusahaan adalah memperbaiki variabel dimensi *e-service quality* yaitu *site organization, reliability, responsiveness, user friendliness, personal need, dan efficiency*. Sedangkan untuk penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan pemilihan objek yang bergerak pada layanan perbankan *online* atau *mobile banking* lainnya, agar terjadi kesinambungan penelitian dan mengetahui perbandingan hasil penelitian

**Kata Kunci:** *E-Customer Loyalty, E-Customer Satisfaction, E-Service Quality, Livin'by Mandiri mobile banking*