

## ABSTRAK

Pertumbuhan pesat pengguna internet dan perangkat *mobile* di Indonesia mendorong peningkatan signifikan pada penggunaan layanan *mobile banking*. MyBCA, sebagai salah satu layanan *mobile banking* dari Bank Central Asia (BCA), menawarkan berbagai kemudahan seperti pengecekan saldo, histori transaksi, dan pengelolaan keuangan secara real time. Namun, meskipun memiliki volume transaksi tertinggi, survei Bank Service Excellence Monitor tahun 2024 menunjukkan bahwa performa myBCA hanya menempati posisi kelima di Indonesia. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang diberikan dan sejauh mana hal tersebut memengaruhi kepuasan serta loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh dimensi *e-service quality* yang mencakup *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user-friendliness*, *personal need*, dan *efficiency* terhadap *e-customer satisfaction*, serta dampaknya terhadap *e-customer loyalty*. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi peran *e-customer satisfaction* sebagai variabel mediasi dalam hubungan tersebut.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner kepada 385 responden pengguna aplikasi myBCA. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) untuk menguji hubungan langsung dan tidak langsung antarvariabel dalam model penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *site organization*, *reliability*, *user-friendliness*, *personal need*, dan *efficiency* berpengaruh signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, sedangkan *responsiveness* tidak berpengaruh signifikan. *E-customer satisfaction* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*. Mediasi *e-customer satisfaction* terbukti signifikan pada pengaruh *site organization*, *personal need*, dan *efficiency* terhadap *e-customer loyalty*, namun tidak signifikan pada pengaruh *reliability*, *responsiveness*, dan *user-friendliness*. Temuan ini mengindikasikan bahwa tidak semua dimensi *e-service quality* berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan.

Secara praktis, hasil penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas layanan pada aspek *site organization*, *personal need*, dan *efficiency*, serta peningkatan stabilitas teknis aplikasi untuk memperkuat loyalitas pelanggan. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur *e-service quality* dalam konteks *mobile banking* di Indonesia, dengan menekankan pentingnya peran mediasi kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memasukkan variabel moderasi seperti persepsi risiko atau literasi digital, serta melakukan studi komparatif antar *platform mobile banking* untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

**Kata Kunci:** *e-service quality*, *e-customer satisfaction*, *e-customer loyalty*, *mobile banking*, myBCA