

ABSTRAK

Ivo Nayanda Mourbas
(2017/1705240)

: Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Dengan *Customer Satisfaction* dan *Customer Trust* Sebagai Variabel Mediasi Pada Mahasiswa Pengguna *M-Banking* Bank Nagari Di Kota Padang.

Dosen Pembimbing

: **Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas elektronik pada mahasiswa pengguna m-banking Bank Nagari. (2) Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa pengguna m-banking Bank Nagari. (3) Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepercayaan pelanggan pada mahasiswa pengguna m-banking Bank Nagari. (4) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas elektronik pada mahasiswa pengguna m-banking Bank Nagari. (5) Pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas elektronik pada mahasiswa pengguna m-banking Bank Nagari. (6) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan pada mahasiswa pengguna m-banking Bank Nagari. (7) Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas elektronik dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. (8) Pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas elektronik dengan kepercayaan pelanggan sebagai mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna m-banking Bank Nagari. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 140 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran online kuesioner dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas elektronik. (2) Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. (4) Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas elektronik. (5) Kepercayaan pelanggan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas elektronik. (6) Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. (7) Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas elektronik dengan kepuasan pelanggan sebagai mediasi. (8) Kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas elektronik dengan kepercayaan pelanggan sebagai mediasi.

Kata kunci: kualitas layanan elektronik, kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas elektronik