

**ABSTRAK**

**Mhd.Alif Dio** : **Pengaruh Dimensi *E-Service Quality* Terhadap**  
**Ramadhan** : ***Customer Loyalty* dengan *Trust* Sebagai Variable**  
**(2017/17059096)** : **Mediasi Pada Pengguna E-banking Bank**  
: **Rakyat Indonesia di Kota Padang**  
**Dosen Pembimbing** : **Vidyarini Dwita, SE, MM, Ph.D**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap *customer loyalty* dengan *trust* sebagai variable mediasi pada pengguna e-banking Bank Rakyat Indonesia di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Rakyat Indonesia Kota Padang yang menggunakan layanan e-banking. Sampel penelitian sebanyak 230 responden. Penelitian ini menggunakan uji *structural equation model* (SEM) dengan *software* smart-PLS 3.0.

Hasil penelitian ini antara lain: (1) *Reliability* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap *customer loyalty*. (2) *Privacy and security* tidak memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. (3) *Website design* tidak memiliki pengaruh terhadap *customer loyalty*. (4) *Customer service and support* memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap *brand loyalty*. (5) *Reliability* memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap *customer loyalty* dengan *trust* sebagai variabel mediasi. (6) *Privacy and security* memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap *customer loyalty* dengan *trust* sebagai variabel mediasi. (7) *Website design* memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap *customer loyalty* dengan *trust* sebagai variabel mediasi. (8) *Customer service and support* memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan terhadap *customer loyalty* dengan *trust* sebagai variabel mediasi.

**Kata Kunci:** *Dimensi E-service Quality, Customer Loyalty, Trust.*