

ABSTRAK

Saat ini, teknologi dan internet berkembang semakin pesat hingga membentuk kehidupan *modern* dan membuat kegiatan masyarakat dalam bertransaksi menjadi lebih mudah (transaksi non-tunai). Pola transaksi non-tunai merupakan bentuk pemanfaatan dari kemajuan teknologi dan internet pada sektor industri perbankan yaitu hadirnya aplikasi *mobile banking*. Dalam menciptakan fenomena kegiatan bertransaksi salah satu bank milik negara yaitu Bank Mandiri menghadirkan aplikasi Livin'by Mandiri yang berfungsi untuk memfasilitasi masyarakat dan memberikan kemudahan serta kenyamanan dalam bertransaksi secara digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty* dengan *e-customer satisfaction* sebagai variabel *mediating* pada pengguna aplikasi *mobile banking* Livin' by Mandiri. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan tujuan penelitian kausal dan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner digital. Penentuan responden menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* kepada 390 responden pengguna aplikasi dan pernah melakukan transaksi lebih dari 1 kali dalam seminggu pada *mobile banking* Livin'by Mandiri di Indonesia. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling* dengan bantuan aplikasi *SmartPLS*.

Berdasarkan pengujian hipotesis, diperoleh kesimpulan bahwa dua belas hipotesis diterima yaitu *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user friendliness*, *personal need*, *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *e-customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, dan *site organization*, *reliability*, *responsiveness*, *user friendliness*, *efficiency* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* sebagai peran mediasi. Selanjutnya diketahui bahwa satu hipotesis ditolak yaitu *personal need* berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* sebagai peran mediasi.

Saran yang dapat diberikan, Bank Mandiri perlu meningkatkan dan mempertahankan pemahaman terhadap kebutuhan maupun harapan pelanggan dengan mengadakan *survey* yang berkaitan dengan kinerja aplikasi Livin'by Mandiri, memperkuat sistem keamanan transaksi dan menjaga komitmen untuk terus meningkatkan persepsi layanan. Saran untuk penelitian selanjutnya yaitu dapat menambahkan variabel agar memperdalam faktor yang mempengaruhi *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* di industri perbankan sehingga dapat meningkatkan kontribusi yang lebih pada penelitian.

Kata Kunci: *e-customer loyalty*, *e-customer satisfaction*, *e-service quality*, Livin' by Mandiri