

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh *E-Service Quality* dan *Customers Satisfaction* terhadap *Customers Loyalty* dalam layanan perbankan seluler. Saat ini, teknologi seluler semakin memainkan peran yang lebih penting dalam kehidupan sehari-hari. Perbankan Seluler (M-Banking) memiliki tingkat pertumbuhan yang nyata sesuai dengan meningkatnya jumlah pengguna perangkat seluler. Bank-bank Komersial bersaing untuk mengembangkan aplikasi perbankan seluler mereka agar lebih ramah pengguna, dan aman bagi pelanggan. Penelitian ini mencangkup 302 sampel pengguna aplikasi MyBCA di Indonesia pada tahun 2024, dan SEM digunakan untuk menyelidiki dampak kualitas *E-Service Quality* dan *Customers Satisfaction* terhadap *Customers Loyalty*. Temuan menunjukkan bahwa *E-Service Quality* secara positif dan signifikan memengaruhi *Customers Loyalty*, baik secara langsung maupun dimediasi oleh *Customer Satisfaction*. Kemudian juga ditemukan bahwa dimensi *Responsiveness* merupakan dimensi *Service Quality* adalah dimensi paling berpengaruh, sedangkan dimensi *Interface Design* kurang berpengaruh. Penelitian ini memberikan wawasan kepada para peneliti, Praktisi, dan manajer tentang pentingnya *E-Service Quality* dan *Customers Satisfaction* terhadap *Customers Loyalty*. Temuan menunjukkan bahwa *E-Service Quality* dan *Customers Satisfaction* untuk *Customers Loyalty*.

Keyword : E-Service Quality, Customers, Satisfaction, Customers Loyalty