

ABSTRAK

Nama : Mauliza Junianda
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *E-Service Quality*, *E- Satisfaction*, Dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Pengguna Layanan *Mobile Banking* Syariah

E-loyalty menjadi tantangan besar yang dialami perbankan, para pelaku usaha di sektor perbankan akan terus berinovasi agar dapat berkompetisi dengan para kompetitornya. *E-loyalty* sangat dibutuhkan oleh perbankan karena tanpa adanya *e-loyalty* bank akan sulit tumbuh dan berkembang dengan baik. Membangun *e-loyalty* nasabah merupakan strategi bank syariah dalam menghadapi pesaing dan menghubungkannya dengan nasabah. Loyalitas nasabah ditentukan oleh kegunaan dari jasa yang dikehendaki dan diharapkan nasabah yang mampu mewujudkan kepuasan bagi nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-Service quality*, *e-Satisfaction*, dan *e-Trust* terhadap *e-Loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah. Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat di Aceh Tengah. Jumlah sampel sebanyak 120 responden, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel dependen dan independen. Untuk variabel dependen adalah *e-Loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah (Y), dan variabel independen adalah *e-Service quality* (X1), *e-Satisfaction* (X2), dan *e-Trust* (X3).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dan untuk metode analisisnya menggunakan model regresi linear berganda. Sedangkan untuk olah data menggunakan program SPSS 25. Berdasarkan hasil analisisnya, penelitian ini menemukan hasil bahwa variabel *e-Service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-Loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah, *e-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-Loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah, dan variabel *e-Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-Loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality*, *e-satisfaction* dan *e-trust* berpengaruh parsial secara dan simultan terhadap *e-loyalty* pengguna layanan *mobile banking* syariah.

Kata kunci : *e-Service quality*, *e-Satisfaction*, *e-Trust*, *e-Loyalty*, *mobile banking* syariah

ABSTRACT

Name : Mauliza Junianda
Study Program: Management
Title :The Influence Of E-Service Quality, E-Satisfaction, And E-Trust On E-Loyalty Of Users Of Sharia Mobile Banking Services

E-loyalty is a big challenge experienced by banking, business actors in the banking sector will continue to innovate so they can compete with their competitors. E-loyalty is really needed by banks because without e-loyalty it will be difficult for banks to grow and develop well. Building customer e-loyalty is a sharia bank strategy in facing competitors and connecting them with customers. Customer loyalty is determined by the usefulness of the services desired and expected by customers who are able to achieve customer satisfaction.

This research aims to determine the influence of e-Service quality, e-Satisfaction, and e-Trust on e-Loyalty of users of sharia mobile banking services. The population of this research is people in Central Aceh. The total sample was 120 respondents, the sampling technique used purposive sampling. The variables in this research are dependent and independent variables. The dependent variable is e-Loyalty for sharia mobile banking service users (Y), and the independent variables are e-Service quality (X1), e-Satisfaction (X2), and e-Trust (X3).

The method used in this research is a quantitative research method and the analysis method uses a multiple linear regression model. Meanwhile, data processing uses the SPSS 25 program. Based on the results of the analysis, this research found that the e-Service quality variable has a positive and significant effect on e-Loyalty of users of sharia mobile banking services, e-Satisfaction has a positive and significant effect on users' e-Loyalty sharia mobile banking services, and the e-Trust variable has a positive and significant effect on e-Loyalty of sharia mobile banking service users. And the results of this research show that e-service quality, e-satisfaction and e-trust have a partial and simultaneous effect on the e-loyalty of sharia mobile banking service users.

Keywords : e-Service quality, e-Satisfaction, e-Trust, e-Loyalty, mobile banking sharia