

ABSTRAK

**PENGARUH *E-TRUST*, *E-SATISFACTION* DAN *E-SERVICE QUALITY*
TERHADAP *E-LOYALTY* BSI BANDAR LAMPUNG
(Peralihan BSI *Mobile* menjadi *Byond By BSI*)**

Oleh
FERANIKA FAJARWATI

Sektor perbankan memegang peran yang sangat penting dalam upaya meningkatkan pemerataan pembangunan serta pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional ke arah peningkatan taraf hidup rakyat. Selain menyediakan layanan jasa-jasa mengenai keuangan, bank syariah juga menyediakan sarana teknologi untuk bisa memasarkan produk-produk bank syariah lainnya. Salah satu bank yang mengikuti perkembangan teknologi saat ini yaitu Bank Syariah Indonesia. BSI melaporkan bahwa pihaknya tengah berproses mengembangkan aplikasi BSI *Mobile* untuk merambah era perbankan digital. Salah satu upaya yang diambil oleh bank BSI yaitu dengan melakukan peralihan BSI *Mobile* ke *Byond by BSI*.

Tujuan dari penelitian ini menguji pengaruh antara *e-trust*, *e-satisfaction*, dan *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pada nasabah pengguna *Byond By BSI* di Bandar Lampung. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna aktif *Byond By BSI* di Bandar Lampung. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan software SmartPLS 4.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan, sementara *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan, dan *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-loyalty*. Keterbatasan pada penelitian yaitu peneliti hanya menyebarkan kuesioner di Bandar Lampung dan *e-trust* tidak berpengaruh terhadap *e-loyalty* sehingga hasil penelitian tidak memiliki keterkaitan antar variabel. Diharapkan bagi peneliti Untuk peneliti selanjutnya, dapat menambahkan variabel lain seperti *user experience*, *continuance intention*, *perceived ease of use*, atau *brand image* untuk melihat pengaruh yang lebih luas terhadap *e-loyalty*. Melakukan penelitian kualitatif untuk menggali lebih dalam alasan pengguna tidak mempercayai sepenuhnya layanan aplikasi *Byond by BSI*.

Kata kunci: *E-Trust*, *E-Satisfaction*, *E-Service Quality*, dan *E-Loyalty*