ABSTRAK

PENCAPAIAN LOYALITAS NASABAH PENGGUNA E-BANKING DALAM KONTEKS *E-SERVICE QUALITY DAN CUSTOMER TRUST*

Penelitian ini menganalisis mengenai pencapaian loyalitas nasabah pengguna *E-Service Quality* dan *Customer Trust*. Penelitian ini menggunakan 5 variabel : *Information Quality (X1), System Quality (X2), Value (Z1), Satisfaction (Z2) dan Loyalty (Y*1). Data diperoleh melalui metode penyebaran kuesioner melalui 100 responden di masing-masing kelurahan sebanyak 20 kuesioner. Sampel diperoleh melalui pengguna layanan *E-Banking* di 5 Kelurahan di Bandar Lampung yang sudah diteliti sebelumnya. Teknik pengambilam sampel menggunakan *purposive sampling*. Analisis data dilakukan dengan *Sofware SmartPLS* versi *2.0.m3* yang dijalankan melalui media komputer. Dalam penelitian menggunakan teknik pengukuran data outer model dan inner model serta pengujian hipotesis. Hasil *SmartPLS* menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Information Quality* terhadap *Value* serta terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *Information Quality* terhadap *Satisfaction*. Dari ketujuh hipotesis yang ada, terdapat 3 hipotesis yang berpengaruh secara signifikan atau diterima dan terdapat 4 hipotesis yang berpengaruh tidak signifikan atau ditolak. Hal ini diharapkan untuk seluruh bank dapat meningkatkan *E-Service Quality* dan *Customer Trust* untuk tercapainya *Customer Loyalty*. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah kembali atas variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah pengguna *E-Banking* agar sempurna adanya.

Kata Kunci : Loyalitas Nasabah Pengguna *E-Banking*, *E-Service Quality*, Kepercayaan Konsumen