

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* YANG DI
MEDIASI OLEH VARIABEL *OVERALL E-SERVICE QUALITY* DAN
E-SATISFACTION

(Survey Pada Pelanggan Situs *Online* Traveloka.com di Sleman, Yogyakarta)

YOGA PUTRA WAHYUANTO

NIM: 141130220

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

yogaputraw@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* yang di mediasi oleh variabel *overall e-service quality* dan *e-satisfaction*. Survey dilakukan pada situs *online* Traveloka.com. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 105 responden. Pengambilan data dilakukan mulai bulan Juni 2017 hingga Juli 2017. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Alat analisis dalam penelitian adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan program SPSS. Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan hasil yaitu : 1) Variabel *e-service quality* secara signifikan berpengaruh terhadap *overalle-service quality*. 2) Variabel *e-service quality* secara signifikan berpengaruh terhadap *e-satisfaction*. 3) Variabel *overall e-service quality* secara signifikan berpengaruh terhadap *e-satisfaction*. 4).Variabel *overall e-service quality* berpengaruh tidak signifikan terhadap *e-loyalty*. 5)Variabel *e-satisfaction* secara signifikan berpengaruh terhadap *e-loyalty*. 6)Variabel *e-service quality* berpengaruh tidak signifikan melalui *overall e-service quality* terhadap *e-loyalty*. 7) Variabel *e-service quality* secara signifikan melalui *e-satisfaction* berpengaruh terhadap *e-loyalty*.

Kata Kunci: *e-service quality*, *overalle-service quality*, *e-satisfaction* *e-loyalty*,
Traveloka.com