

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* DENGAN *E-SATISFACTION* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Survey Pada Pelanggan Toko Online Shopee Id di Sleman, Yogyakarta)

DINAR DWI PUSPARINI

NIM: 141130233

Mahasiswa Program Studi Ekonomi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[dinar.dwip@gmail.com](mailto:dinar.dwip@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening. Survey dilakukan pada toko online Shopee Id di Sleman, Yogyakarta. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner, sampel yang digunakan sebanyak 101 responden. Pengambilan data dilakukan mulai bulan September 2017 hingga Oktober 2017. Metode pengolahan dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) dengan menggunakan program SPSS. Hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan hasil yaitu: 1) Variabel *e-service quality* secara tidak langsung signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*. 2) Variabel *e-service quality* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*. 3) Variabel *e-service quality* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction*. 4) Variabel *e-satisfaction* secara langsung berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty*.

Kata Kunci: *e-service quality*, *e-satisfaction*, *e-loyalty*, Shopee Id.