

# **PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* MELALUI**

## ***E-TRUST* DAN *E-SATISFACTION***

**(Survey pada Mahasiswa/i Pelanggan Zalora di Sleman)**

**KURNIA REGITHA CAHYANI**

**NIM.141 150 502**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

regithacahya1997@gmail.com

### **ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh *e-service quality terhadap e-loyalty* melalui *e-trust* dan *e-satisfaction*. Survey dilakukan pada mahasiswa/i pelanggan Zalora di Sleman. Jumlah responden sebanyak 110 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form*. Metode pengolahan data dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Alat analisis dalam penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan hasil yaitu : 1) variabel *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-trust*. 2) variabel *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-satisfaction*. 3) variabel *e-trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-satisfaction*. 4) variabel *e-satisfaction* berpengaruh positif signifikan terhadap *e-trust*. 5) variabel *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *loyalty*. 6) variabel *e-service quality* secara tidak langsung berpengaruh positif signifikan terhadap *loyalty* melalui *e-trust*. 7) variabel *e-service quality* secara tidak langsung berpengaruh positif signifikan terhadap *loyalty* melalui *e-satisfaction*.

**Kata Kunci :** *e-service quality, e-trust, e-satisfaction, e-loyalty*