

PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY

MELALUI E-TRUST DAN E-SATISFACTION

(Survei Pada Pelanggan Situs Online Bukalapak.com di D.I.Yogyakarta)

JUANITA NOVIE PUTRI

NIM. 141150485

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

juanitanoviep@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty yang dimediasi oleh variabel e-trust dan e-satisfaction. Survey dilakukan pada situs online Bukalapak.com. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioer, sampel yang digunakan sebanyak 103 responden. Pengambilan data dilakukan mulai bulan Desember 2018 hingga Januari 2019. 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 signifikan berpengaruh terhadap e-satisfaction. 2) Variabel e-service quality secara signifikan berpengaruh terhadap e-trust. 3) Variabel e-satisfaction secara signifikan berpengaruh terhadap e-trust. 4) Variabel e-satisfaction secara signifikan berpengaruh terhadap e-loyalty. 5) Variabel e-trust secara signifikan berpengaruh terhadap e-loyalty. 6) Variabel e-service quality secara signifikan berpengaruh terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction. 7) Variabel e-service quality secara signifikan berpengaruh terhadap e-loyalty melalui e-trust.

Kata kunci: e-service quality, e-trust, e-satisfaction, e-loyalty, Bukalapak.com

