

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* YANG DI
MEDIASI OLEH VARIABEL *E-TRUST* DAN *E-SATISFACTION*
(Survei pada Pelanggan Situs *Online* Shopee di Kota Yogyakarta)**

ELFIRA RATNANINGSIH RAHMA KUSUMA

NIM : 141150397

E-mail: kelfira@gmail.com

Pembimbing I: Drs. Hadi Oetomo, M.M.

Pembimbing II: Drs. Ibrahim, M.M.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* yang dimediasi oleh variabel *e-trust* dan *e-satisfaction* pada pelanggan situs *online* Shopee di Kota Yogyakarta. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu *e-service quality*, variabel terikat yaitu *e-loyalty*, dan variabel intervening yaitu *e-trust* dan *e-satisfaction*. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah kuisioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis jalur (*path analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-trust*, variabel *e-service quality* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, variabel *e-satisfaction* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-trust*, variabel *e-trust* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, variabel *e-satisfaction* secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, variabel *e-service quality* secara tidak langsung berpengaruh terhadap *e-loyalty* yang dimediasi oleh *e-trust*, variabel *e-service quality* secara tidak langsung berpengaruh terhadap *e-loyalty* yang dimediasi oleh *e-satisfaction*.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty*.