

**PENGARUH *COGNITIVE* DAN *AFFECTIVE ONLINE SHOPPING EXPERIENCE*
TERHADAP *E - TRUST* PADA GENERASI MILLENNIAL YANG BERBELANJA DI
SITUS BELANJA *ONLINE***

Anggit Wicaksono

NIM : 141130296

**Mahasiswa Program Study Ekonomi Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(Anggitbombom77@gmail.com)**

ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan pada pengguna online shop atau pengguna berbelanja online di Indonesia. Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian survai dengan dengan meneliti pengguna berbelanja online sebanyak 200 responden. Metode analisis menggunakan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

1. *Cognitive experiential state* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction* pada generasi millennial yang berbelanja di situs belanja online.
2. *Affective experiential state* berpengaruh positif terhadap *e-satisfaction* pada generasi millennial yang berbelanja di situs belanja online.
3. *E-satisfaction* berpengaruh positif terhadap *e-trust* pada generasi millennial yang berbelanja di situs belanja online.

Kata kunci : Cognitive Experiential State, Affective Experiential State, E - satisfaction