

ABSTRAK

Gilang Nata Jaya, Nomor Mahasiswa 152160126, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *E-Service Quality* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada *E-Commerce* Lazada (Studi pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2018 - 2021), 2022. Dosen Pembimbing 1 Saaptika Kancana, SS.,M.Si dan Dosen pembimbing 2 Suratna M,AB

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 87 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan *Simple Random Sampling* untuk populasi Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta Angkatan 2018 - 2021. Analisis Data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Inferensial yang menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) menggunakan *SmartPLS 3.0*.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *E-Service Quality* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) dengan t-hitung sebesar 3,983 dan nilai sig sebesar 0,000. Citra Merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Z) dengan t-hitung sebesar 2,865 dan nilai sig sebesar 0,004. *E-Service Quality* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan t-hitung sebesar 2,375 dan nilai sig sebesar 0,022. Citra Merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan t-hitung sebesar 2,885 dan nilai sig sebesar 0,005. Kepuasan Pelanggan (Z) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan t-hitung sebesar 3,632 dan nilai sig sebesar 0,000. *E-Service Quality* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) dengan t-hitung sebesar 2,641 dan nilai sig sebesar 0,009. Citra Merek (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) dengan t-hitung sebesar 2,171 dan nilai sig sebesar 0,030. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa t-hitung > t-tabel (1,96) dan nilai sig < 0,05.

Saran untuk pihak *E-Commerce* Lazada adalah agar dapat memperhatikan dan meningkatkan citra positif berupa memberikan fitur terbaru yaitu *live streaming shopping*, dengan adanya fitur baru akan meningkatkan *engagement* sehingga dapat meningkatkan citra merek serta memberikan opsi jasa pengiriman yang bervariasi dan memperluas penjualan dengan sistem COD untuk seluruh wilayah Indonesia yang merata dengan bekerja sama dengan ekspedisi pengiriman mengenai program gratis ongkir sehingga dapat membentuk kepuasan pelanggan dan memberikan dampak pada loyalitas pelanggan terhadap *E-Commerce* Lazada.

Kata kunci : *E-Service Quality*, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan.