

## ABSTRAK

Rini Widya Ningsih 152170004, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-trust* Dan *E-Satisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *E-loyalty*” (Studi Pembelian Online Di *E-Commerce* Tokopedia Pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2017-2021). Dosen Pembimbing I Humam Santosa Utomo dan Dosen Pembimbing II Didik Indrawanta.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan mengkaji pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-trust* Dan *E-Satisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *E-loyalty*. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research*. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pembelian *online* pada Mahasiswa Ilmu Administrasi Bisnis 2017-2021 dengan sampel yang diambil 70 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* dengan menggunakan sampling jenuh. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis inferensial. Statistik analisis inferensial menggunakan metode statistik *partial least square* dengan bantuan aplikasi SEM-PLS 3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-trust*, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*, *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* melalui *e-trust*, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-trust*, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*, dan *e-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* melalui *e-satisfaction*. Berdasarkan hasil penelitian, Tokopedia harus

dapat memberikan *e-service quality* yang tinggi agar menarik pelanggan untuk melakukan pembelian online, karena *e-service quality* yang tinggi akan membuat pelanggan merasakan *e-trust* dan *e-satisfaction* serta berdampak berpengaruh terhadap *e-loyalty*.

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