

ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA PELANGGAN TOKOPEDIA DENGAN *HEDONIC SHOPPING* *MOTIVATION* SEBAGAI MEDIASI

(Survei pada Pelanggan Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta)

LENI DWI WULANDARI

NIM. 141190157

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

lenidwiwulandari@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Tokopedia di Yogyakarta, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner melalui google form. Dimana populasinya adalah seluruh pelanggan Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta, kemudian pengambilan sampel sebagian pelanggan Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran *Hedonic Shopping Motivation* dalam memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *customer loyalty* pada pelanggan *online* Tokopedia di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengambilan data menggunakan *convenience sampling*. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan metode SEM dengan program olah data Smart PLS. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *e-service quality* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *customer loyalty*, *e-service quality* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *hedonic shopping motivation*, *hedonic shopping motivation* berpengaruh positif yang signifikan terhadap *customer loyalty*, dan *hedonic shopping motivation* berperan dalam memediasi secara parsial pengaruh *e-service quality* terhadap *customer loyalty* dengan pengaruh langsung lebih besar daripada pengaruh tidak langsung.

Kata kunci : *E-Service Quality*; *Customer Loyalty*; *Hedonic Shopping Motivation*