

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP *E-LOYALTY*
PADA PENGGUNA *E-WALLET SHOPEEPAY* DENGAN *E-SATISFACTION*
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Survey Pada Mahasiswa Aktif Pengguna *E-Wallet* ShopeePAY Di Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* pada pengguna *e-wallet* shopeepay dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian kuantitatif dengan metode survey. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat analisis berupa *PLS-SEM*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability* berupa *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta sebanyak 190 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-service quality* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening, *e-trust* tidak berpengaruh langsung dan tidak signifikan terhadap *e-loyalty*, *e-trust* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap *e-loyalty* dengan *e-satisfaction* sebagai variabel intervening, dan *e-satisfaction* berpengaruh langsung dan signifikan terhadap *e-loyalty*.

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