

## ABSTRAK

Noorlita Tri Herdiana Priyanto, Nomor Mahasiswa 152190078, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Risk* Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Flip di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta)”. Dosen Pembimbing Humam Santoso Utomo dan Adi Soeprpto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Risk* terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. Ukuran sampel pada penelitian ini sebanyak 97 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Non Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling*. Analisis Data menggunakan Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial menggunakan metode SEM (Structural Equation Modelling) dengan menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menemukan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, *Perceived Usefulness* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, *Perceived Ease of Use* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan, *Perceived Risk* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, Flip dapat memperbaiki *perceived usefulness*, *perceived ease of use* serta *perceived risk* agar meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian juga akan menghasilkan tingginya loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci :** *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, *Perceived Risk*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan