

ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY* DENGAN *E-CUSTOMER TRUST* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei pada pengguna aplikasi DANA di Daerah Istimewa Yogyakarta)

RANDY LUGISTA MAULANA
141190052

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

randylugista1@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Customer Loyalty* dimediasi oleh *E-Customer Trust*. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang diberikan kepada 203 responden yang memenuhi kriteria. Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan *Structural Equation Model* (SEM) yang berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan *Software SmartPLS 4.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap *E-Customer Loyalty*, (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *e-service quality* terhadap *E-Customer Trust*, (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *E-Customer Trust* terhadap *E-Customer Loyalty*, (4) *E-Customer Trust* memediasi hubungan antara *e-service quality* dan *E-Customer Loyalty*.

Kata Kunci : *E-Service-Quality*, *E-Customer Trust*, *E-Customer Loyalty*.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of E-Service Quality on E-Customer Loyalty mediated by E-Customer Trust. The sampling technique used in this research is a nonprobability sampling technique, namely purposive sampling. Data collection in this research used a questionnaire method given to 203 respondents who met the criteria. The data analysis technique in this research was carried out using a Structural Equation Model (SEM) based on Partial Least Square (PLS) using SmartPLS 4.0 software. The results of this research show that: (1) There is a positive and significant influence of e-service quality on E-Customer Loyalty, (2) There is a positive and significant influence of e-service quality on E-Customer Trust, (3) There is a positive and significant influence E-Customer Trust towards E-Customer Loyalty, (4) E-Customer Trust mediates the relationship between e-service quality and E-Customer Loyalty.

Key Word : *E-Service-Quality, E-Customer Trust, E-Customer Loyalty.*