

ABSTRAKSI

Skripsi berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening” (Studi pada Mahasiswa Administrasi Bisnis 2019-2022 Pelanggan *Platform Streaming Video* dan Film VIU) disusun oleh Fendi Wirawan (152190036), Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, FISIP, UPN “Veteran” Yogyakarta dengan dosen pembimbing adalah Dr. Humam Santosa Utomo, S.Sos, M.AB.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *Brand Image* terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction*. Populasi penelitian adalah mahasiswa Administrasi Bisnis 2019-2022 yang telah berlangganan VIU. Jumlah sampel penelitian adalah 73 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling* dengan jenis sampling jenuh yaitu mengambil seluruh populasi sebagai sampel penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif dan inferensial dengan metode analisis adalah *Structural Equation Modelling (SEM)* dengan *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Z) dengan *t-statistic* sebesar 2,000 dan *p-value* sebesar 0,046. *Brand Image* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Z) dengan *t-statistic* sebesar 3,743 dan *p-value* sebesar 0,000. *E-Service Quality* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y) dengan *t-statistic* sebesar 3,250 dan *p-value* sebesar 0,001. *Brand Image* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y) dengan *t-statistic* sebesar 4,810 dan *p-value* sebesar 0,000. *E-Service Quality* (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y) melalui *Customer Satisfaction* (Z) dengan *t-statistic* sebesar 2,060 dan *p-value* sebesar 0,046. *Brand Image* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* (Y) melalui *Customer Satisfaction* (Z) dengan *t-statistic* sebesar 2,457 dan *p-value* sebesar 0,014.

VIU diharapkan dapat memperbaiki *e-service quality* untuk meningkatkan *customer satisfaction* yang akan berdampak pada *customer loyalty* para penggunanya dengan cara meningkatkan kecepatan respon dan efektivitas bagian *customer service* dan mencegah adanya data yang tersebar atau terjadinya peretasan data pelanggan. VIU juga harus memperbaiki *brand image* dengan menambah konten terkini yang menarik bagi pelanggan dan meningkatkan kemudahan fitur saat pelanggan ingin memilih film yang diinginkan. Dan VIU masih harus memperbaiki *customer satisfaction* dengan cara menjaga *e-service quality* dan *brand image* yang sudah terbentuk dan tersebar meluas di khalayak agar apa yang menjadi ekspektasi pelanggan di awal terbayarkan saat menggunakan VIU dan merasa tepat memilih berlangganan VIU.

Kata kunci: *E-Service Quality*, *Brand Image*, *Customer Satisfaction*, dan *Customer Loyalty*.