

## ABSTRAKSI

Aura Julia Lestari, Nomor Induk Mahasiswa 152180075, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul Penelitian “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Trust* dan *E-Satisfaction* sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan Shopee” (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi UPN ‘Veteran’ Yogyakarta). Dosen Pembimbing Susanta dan Indro Herry Mulyanto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* dengan *E-Trust* dan *E-Satisfaction* sebagai Variabel Intervening pada pelanggan Shopee. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, dimana kriteria sampel adalah mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi UPN ‘Veteran’ Yogyakarta angkatan 2018-2021 yang telah melakukan transaksi pembelian minimal 2 kali dalam satu tahun terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non-probability sampling* melalui perhitungan sampel dengan jumlah populasi sebanyak 605 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis statistic deskriptif dan analisis statistic inferensial. Metode analisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan *Partial Least Square* (PLS).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Trust* (Z1). *E-Service Quality* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Z2). *E-Trust* (Z1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Z2). *E-Trust* (Z1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y). *E-Satisfaction* (Z2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y). *E-Service Quality* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y). *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* (Z2) melalui *E-Trust* (Z1). *E-Trust* (Z1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y) melalui *E-Satisfaction* (Z2). *E-Service Quality* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y) melalui *E-Trust* (Z1). *E-Service Quality* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty* (Y) melalui *E-Satisfaction* (Z2).

Berdasarkan hasil penelitian, Shopee sudah memberikan layanan yang baik sebagai perusahaan *e-commerce*, namun jika tidak mempertahankan dan meningkatkan stimulus yang bertujuan untuk mendorong kualitas layanan elektronik, maka kepercayaan elektronik, kepuasan elektronik, dan loyalitas elektronik akan sulit diperoleh. Peningkatan tersebut dapat dilakukan dengan mengoptimisasi performa server untuk mengatasi beban pengunjung yang tinggi selama puncak trafik dan pemeliharaan teknis secara berkala untuk mengevaluasi bagaimana performa *website* serta dengan mengumpulkan dan menganalisis apa saja yang menjadi *feedback* pelanggan, menganggapi masalah dan keluhan dengan cepat, menyediakan produk dan layanan yang lebih berkualitas.

Kata kunci: *E-Service Quality*, *E-Trust*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty*