

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-CUSTOMER LOYALTY*
YANG DI MEDIASI OLEH *E-CUSTOMER SATISFACTION***

**(Survei pada Pengguna Layanan Aplikasi Alfagift di Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

CALLISTA AMANDA PUTRI

NIM.141200157

e-mail: callistaamanda825@gmail.com

**Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta**

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Loyalty* yang dimediasi oleh *E-Customer Satisfaction* (Survei pada Pengguna Layanan Aplikasi Alfagift di Daerah Istimewa Yogyakarta). Data pada penelitian ini diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dari jawaban responden sebanyak 100 responden di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dihitung dengan menggunakan skala likert dan kemudian dianalisis menggunakan *software* SmartPLS 4.1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *E-Customer Loyalty*, 2) *E-Service Quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*, 3) *E-Customer Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *E-Customer Loyalty*, 4) *E-Service Quality* berpengaruh positif terhadap *E-Customer Loyalty* dengan *E-Customer Satisfaction* sebagai mediasi.

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