

## ABSTRAK

### PENGARUH *PRICE* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* YANG DIMEDIASI OLEH *E-SATISFACTION*

(STUDI PADA PENGGUNA *TELEMEDICINE HALODOC* DI DAERAH  
ISTIMEWA YOGYAKARTA)

Rosa Zefanya Primadikta

NIM 141210003

[rosaazefanyaa@gmail.com](mailto:rosaazefanyaa@gmail.com)

Pembimbing:

Dr., Dra., Wisnalmawati, M.M.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price* dan *e-service quality* terhadap *e-loyalty* aplikasi *telemedicine Halodoc* yang dimediasi oleh *e-satisfaction*. Penelitian ini termasuk ke dalam pendekatan penelitian kuantitatif, menggunakan data primer yang diperoleh dari 154 sampel yang merupakan konsumen *Halodoc* di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* dan *e-loyalty*. Selanjutnya, *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction*. Namun, *e-service quality* ditemukan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap *e-loyalty*. Kemudian, *e-satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty*. Selanjutnya *e-satisfaction* terbukti memediasi hubungan antara *price* dan *e-loyalty* dalam arah positif (mediasi parsial), sedangkan *e-satisfaction* tidak secara efektif memediasi hubungan antara *e-service quality* dengan *e-loyalty* karena tidak signifikannya pengaruh langsung *e-service quality* terhadap *e-loyalty* dan total efeknya.

*Keyword:* harga (*price*); kualitas pelayanan elektronik (*e-service quality*); kepuasan elektronik (*e-satisfaction*); loyalitas konsumen (*e-loyalty*); *telemedicine*; *Halodoc*