

ABSTRAK

Yos Rodolfo (01011170347)

KONSEKUENSI *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA LAZADA

(xiv + 101 halaman; 6 gambar; 25 tabel; 3 lampiran)

Perkembangan internet saat ini sangat pesat, salah satu aplikasinya yang banyak dikenal adalah transaksi *online* atau biasa disebut dengan *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh diantara *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pelanggan *e-commerce* Lazada. Untuk memenuhi tujuan, penelitian ini menguji *e-service quality* terhadap *e-loyalty* yang dimediasi oleh variabel *overall e-service quality* dan *e-satisfaction*. Teknik pengambilan pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 230 orang. Instrumen yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuesioner melalui *Google Form* yang terdiri dari 23 indikator. Metode pengolahan dan penelitian analisis data menggunakan analisis kausal dan kuantitatif. Pengujian terhadap kuesioner dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, alat yang digunakan dalam analisis data adalah PLS-SEM dengan program SmartPLS 3.3.2. Hasil dari penelitian ini menunjukkan hasil yaitu: (1) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Overall E-Service Quality*. (2) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. (3) *Overall E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction*. (4) *Overall E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*. (5) *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Loyalty*.

Referensi: 80

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Overall e-Service Quality*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty*, **Lazada**.