

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-SATISFACTION* YANG BERDAMPAK
PADA *E-LOYALTY* (studi pada situs belanja *online* Bukalapak.com)

ABSTRAK

Oleh

Sepni Lorena

E-commerce di Indonesia terus berkembang pesat, dengan banyak bermunculan perusahaan-perusahaan berbasis internet. Menghadapi persaingan yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi persaingan yang semakin kompetitif. Bisnis yang berbentuk jasa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, maka penting diadakannya penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan pelanggan online dan dampaknya terhadap loyalitas *online* pada pelanggan situs berbelanja Bukalapak.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen online yang berdampak terhadap loyalitas konsumen situs belanja online Bukalapak. . Jenis penelitian adalah kausalitas pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen Bukalapak yang sudah menggunakan situs minimal 2 kali. Pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner sebanyak 100 responden. Pengujian validitas faktor analisis, uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* dan uji normalitas data menggunakan *Kolmogrov-Smirnov*. Teknik analisis data menggunakan analisis jalur dengan program SPSS. Hasil penelitian variabel *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-loyalty* secara tidak langsung melalui *e-satisfaction* pelanggan Bukalapak sebesar 72,8% sedangkan sisanya 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain

Kata kunci : e-commerce, kualitas layanan elektronik, kepuasan online, loyalitas online

THE EFFECT OF *E-SERVICE QUALITY* TO *E-SATISFACTION* AND THE IMPACT TO
E-LOYALTY (study on online sites Bukalapak)

ABSTRACT

By
Sepni Lorena

E-commerce in Indonesia has growth rapidly. The number of companies based internet in Indonesia continue to increase. to deal with the rapidly competition, the company required to implementing strategic polities about service quality to anticipate the competition an increasingly competitive. in business based on services, service quality is one of factors that could affect customer satisfaction and loyalty. Therefore, it is important research to know how to influence the e-service quality toe-satisfaction and impact to e-loyalty in the online shopping site Bukalapak

The purpose of this study was to determine the influence of e-service quality on e-satisfaction and the impact to e-loyalty of online sites Bukalapak online shopping site. The type of research is causality quantitative approach. The population of research is customers who has made more transaction or equal 2 times on online shopping sites Bukalapak.. The sampling uses non-probability sampling method with Purposive Sampling technique. Data collection techniques uses questionnaires as much as 100 respondents. Validity test using factor analysis, reliability test using Cronbach's Alpha and test data normality using Kolmogorov-Smirnov. Data analysis technique use path analysis with SPSS program. The result of research of e-service quality variable significantly to e-loyalty indirectly through e-customer satisfaction of Bukalapak 72,8% while the rest 27,2% is influence by other variable

keyword : *e-commerce, e-service quality, e-satisfaction, e-loyalty.*