

## ABSTRAK

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 dan dampaknya terhadap loyalitas pada pelanggan situs berbelanja Traveloka. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *E-Service quality* terhadap kepuasan konsumen yang berdampak terhadap loyalitas konsumen situs belanja online Traveloka. Jenis penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah konsumen aplikasi Traveloka yang sudah pernah menggunakan situs. 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 Kolmogorov-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 satisfaction pelanggan aplikasi Traveloka.

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

## ABSTRACT

*E-commerce in Indonesia continues to grow rapidly, with many internet-based companies emerging. Facing the rapidly increasing competition, companies are required to implement strategic policies of service in order to anticipate competitive competition. Business in the form of service quality service is one of the factors that can affect customer satisfaction and loyalty. Therefore, it is important to conduct research to see how electronic service quality affects customer satisfaction and its impact on customer loyalty on the Traveloka site. The research objective was to see the effect of E-Service Quality on customer satisfaction which has an impact on consumer loyalty at the Traveloka online shopping site. This type of research is a quantitative approach. The research population is consumers of the Traveloka application who have used the site. Sampling using non-probability sampling method with purposive sampling technique. The technique involved data with a questionnaire of 100 respondents. Test the validity of factor analysis, reliability test using Cronbach's Alpha and data normality test using Kolmogorov-Smirnov. The data analysis technique used path analysis with the SPSS program. The research variables of e-service quality have a significant effect on e-loyalty indirectly through customer satisfaction in the Traveloka application.*

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

