

ABSTRAK

Pengaruh E-Service Quality dan E-Trust Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction Pada Pengguna ShopeeFood (Studi Kasus Pada Generasi Z)

Annisa Mu'izztikhomah¹⁾ Mohamad Trio Febriyanto, S.E., M.M., Ph.D.²⁾

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik, dan kepuasan elektronik terhadap loyalitas pengguna ShopeeFood. Terdapat beberapa kesenjangan dalam penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik terhadap loyalitas pengguna ShopeeFood. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan fokus pada masyarakat dari generasi Z yang sering memesan makanan melalui ShopeeFood. Jumlah populasi tidak diketahui, sehingga peneliti menggunakan *purposive sampling* untuk mengambil 198 sampel. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* dengan software SmartPLS versi 4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *E-Service Quality* tidak berdampak signifikan terhadap *E-Loyalty* pengguna ShopeeFood. *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pengguna ShopeeFood. *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* pengguna ShopeeFood. *E-Satisfaction* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* pengguna ShopeeFood. *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh signifikan terhadap *E-Loyalty* melalui mediasi *E-Satisfaction* pengguna ShopeeFood.

Kata Kunci: E-Service Quality , E-Trust, E-Satisfaction, E-Loyalty, ShopeeFood