

ABSTRAK

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang cukup pesat telah memberikan dampak positif untuk perekonomian nasional salah satunya adalah tumbuhnya berbagai platform jual beli online atau *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* menjadi meningkat akibat dari wabah Covid-19 atau corona ini, dikarenakan peraturan pemerintah yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga jarak dengan sesama dan juga Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Dengan adanya peraturan tersebut mengharuskan orang – orang untuk berdiam diri di rumah masing-masing dan menyebabkan aktivitas diluar rumah menjadi berkurang. Sehingga masyarakat banyak yang menggunakan *e-commerce* sebagai tempat berbelanja dari pada harus keluar rumah. Kepuasan pelanggan pun menjadi tolak ukur suatu perusahaan untuk menjaga loyalitas konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e-service quality* terhadap *e-customers loyalty* melalui *e-customers satisfaction* sebagai variabel intervening. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal serta metode analisis SEM-PLS. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu teknik *non probability sampling*, menggunakan rumus slovin dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang pernah menggunakan aplikasi e-commerce Shopee di Kota Batam.

Hasil pengujian pengaruh menggunakan model struktural menunjukkan bahwa *e-service quality* tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap *e-customers loyalty*, kemudian *e-service quality* berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap *e-customers satisfaction*, selanjutnya *e-customers satisfaction* berpengaruh secara langsung positif dan signifikan terhadap *e-customers loyalty*. Pengujian menggunakan variabel intervening menunjukkan bahwa *e-customers satisfaction* memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customers loyalty*. Hal ini menggambarkan bahwa turun naiknya *e-customers loyalty* aplikasi *e-commerce* Shopee ditentukan oleh *e-customers satisfaction*, dan turun naiknya *e-customers satisfaction* aplikasi *e-commerce* Shopee ditentukan oleh beberapa faktor yang diantaranya yaitu *e-service quality*.

Kata kunci: *E-Service Quality, E-Customers Satisfaction, E-Customers Loyalty.*