

ABSTRAK

Perkembangan kemajuan teknologi yang menciptakan potensi pangsa pasar baru, yaitu pangsa pasar dalam jaringan (*online*) dan tingkat persaingan yang cukup tinggi pada pangsa pasar baru yang dituju tersebut, telah disadari oleh Shopee. Penelitian kali ini akan membahas permasalahan yang bersangkutan dengan sistem *e-commerce* atau toko *online*, khususnya pada *e-service quality* dan *e-satisfaction* melalui keputusan pembelian.

Dalam menyelesaikan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden berdasarkan investigasi pasar minimal pengguna aplikasi *e-commerce* Shopee. Dimana pengujian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*) untuk pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu PLS 3.0.

Hasil penelitian *E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction*. *E-service quality* berpengaruh signifikan terhadap *e-satisfaction* secara tidak langsung atau melalui variabel mediasi.

Keyword: *E-Service Quality*, Keputusan pembelian, *E-satisfaction*.