

ABSTRAK

Persaingan bisnis *e-commerce* semakin ketat seiring dengan pertumbuhan pengguna internet dan perkembangan industri *e-commerce* di Indonesia. Pelaku bisnis *e-commerce* berlomba-lomba membuat strategi bisnis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan dengan menawarkan keunggulan seperti layanan yang lebih baik yang dapat memuaskan pelanggan dan menciptakan loyalitas pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, adanya penurunan jumlah pengunjung yang dialami Bukalapak di sepanjang tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty* dengan *e-customer satisfaction* sebagai variabel *intervening* pada aplikasi Bukalapak Indonesia.

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Teknik sampel ditentukan menggunakan teknik *probability sampling* yakni *simple random sampling*. Sampel yang digunakan adalah 302 orang responden yang disebar kepada pengguna aplikasi Bukalapak Indonesia yang pernah melakukan pembelian di aplikasi Bukalapak sebanyak 2 kali dan pengguna aktif selama enam bulan terakhir. Item kuesioner yang digunakan sebanyak 30 item, yang disebar dalam bentuk Google Form. Teknik analisis data menggunakan Partial Least Squares dengan *software SmartPLS* versi 4.1.0.6.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *e-customer satisfaction* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *e-service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* yang dimediasi oleh variabel *e-customer satisfaction*. Dalam penelitian ini secara keseluruhan sudah cukup baik, namun pelayanan Bukalapak perlu ditingkatkan guna tetap menjaga kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan saat menggunakan aplikasi Bukalapak.

Kata Kunci: Bukalapak, *e-service quality*, *e-customer loyalty*, *e-customer satisfaction*