

ABSTRAK

Di era digital yang berkembang pesat, internet telah menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat. Kemajuan internet telah mengubah cara orang bekerja, berkomunikasi, dan melakukan aktivitas sehari-hari, termasuk berbelanja. *E-commerce* kini menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen dibandingkan dengan berbelanja di toko fisik. Meskipun *e-commerce* tumbuh dengan pesat, *platform* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada menghadapi tantangan dalam menjaga kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti *user experience* dan *e-service quality* berperan penting dalam memengaruhi *customer satisfaction* di *platform e-commerce*. Selain itu, *trust* sebagai faktor moderasi dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara variabel-variabel tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *user experience* terhadap *customer satisfaction* dengan *e-service quality* sebagai mediator dan *trust* sebagai moderator pada aplikasi *e-commerce* di Indonesia, khususnya pada Shopee, Tokopedia, dan Lazada.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner *online*, dengan 385 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan software SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *user experience* berpengaruh positif terhadap *e-service quality* dan *customer satisfaction*, dengan *e-service quality* sebagai mediator. Namun, *trust* memoderasi hubungan *e-service quality* dan *customer satisfaction* secara negatif namun signifikan. Temuan ini menegaskan peran penting *user experience* dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, dengan *trust* yang dapat melemahkan pengaruh *e-service quality*. Temuan ini memberikan wawasan bagi *platform e-commerce* dalam meningkatkan pengalaman pengguna dan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: *user experience, e-service quality, trust, customer satisfaction, e-commerce.*