

ABSTRAK

Tesis dengan judul “Pengaruh *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction* terhadap *e-Loyalty* Konsumen Muslim pada *Marketplace* Tokopedia dan Bukalapak” ditulis oleh Catur Kurniawan dengan dibimbing oleh Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I dan Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Loyalitas elektronik (*e-Loyalty*) menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin tajam diantara perusahaan *e-Commerce* jenis C2C. Hal utama agar perusahaan dapat eksis, bersaing dan menguasai pasar maka *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction* harus diperbaiki dan ditingkatkan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh warganet, agar konsumen khususnya konsumen muslim tidak akan beralih ke *marketplace* lain dan tetap loyal bertransaksi di Tokopedia dan Bukalapak. Maka dari itu, penelitian ini mengangkat permasalahan *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction* terhadap *e-Loyalty* konsumen muslim *marketplace* Tokopedia dan Bukalapak.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan sampel 100 responden yaitu konsumen muslim yang sedang dan pernah bertransaksi di *marketplace* Tokopedia dan Bukalapak. Penelitian ini menggunakan metode penentuan sampel *sampling incidental* dan metode analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable *e-Service Quality* dan *e-Trust* berpengaruh secara simultan terhadap *e-Satisfaction*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Rsquare* 68,4%. sedangkan sisanya 31,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui. Selain itu, variabel *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction* berpengaruh secara simultan terhadap *e-Loyalty*. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *Rsquare* 83,5%. Sedangkan 16,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diketahui.

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *e-Service Quality* dan *e-Trust* berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap *e-Satisfaction*. Dan variabel *e-Service Quality*, *e-Trust* dan *e-Satisfaction* berpengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap *e-Loyalty*.

Kata kunci : *e-Service Quality*, *e-Trust*, *e-Satisfaction*, *e-Loyalty*

ABSTRACT

The research under a title "The Impact of e-Service Quality, e-Trust and e-Satisfaction on Muslim Consumer e-Loyalty on Tokopedia and Bukalapak Marketplace" was written by Catur Kurniawan, Advisor: Dr. Kutbuddin Aibak, S.Ag., M.H.I and Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Electronic loyalty (e-Loyalty) becomes the first priority in the current research because of the sharper competition among C2C e-Commerce companies. The main thing for the company to exist, compete and dominate the market then e-Service Quality, e-Trust and e-Satisfaction must be improved and improved. Companies should pay attention to matters that are considered important by citizens, so that consumers, especially Muslim consumers will not switch to another marketplace and remain loyal transactions in Tokopedia and Bukalapak. Therefore, this research raises the problem of e-Service Quality, e-Trust and e-Satisfaction towards e-Loyalty of Muslim market consumers Tokopedia and Bukalapak.

This study was conducted by using a sample of 100 respondents ie Muslim consumers who are and have transacted in Tokopedia and Bukalapak marketplace. This research uses the method of determining incidental sampling samples and path analysis method.

The results showed that e-Service Quality and e-Trust variables simultaneously affect e-Satisfaction. This is indicated by Rsquare value of 68.4%. while the remaining 31.6% is influenced by other unknown variables. In addition, e-Service Quality, e-Trust and e-Satisfaction variables simultaneously affect e-Loyalty. This is indicated by the Rsquare value of 83.5%. While 16.5% is influenced by other unknown variables.

This study shows that e-Service Quality and e-Trust variables directly and indirectly influence e-Satisfaction. And the variables of e-Service Quality, e-Trust and e-Satisfaction affect directly and indirectly to e-Loyalty.

Keywords: *e-Service Quality, e-Trust, e-Satisfaction, e-Loyalty*