

ABSTRAK

Pengaruh E-Service Quality dan Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen Lazada Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang

Oleh: Kanda Juanda

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *e-service quality* dan kepuasan terhadap loyalitas konsumen Lazada melalui kepercayaan sebagai variabel *intervening* pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang. Jenis penelitian ini bersifat kausatif. Jumlah sampel untuk peneliti berbasis SEM dengan jumlah responden sebanyak 140 dan dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada Mahasiswa Universitas Padang S1 dengan kriteria Pernah melakukan pembelian pada toko-toko *online* di LazadadanPernah melakukan pembelian ulang pada toko-toko *online* di Lazada. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SEM dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Lazada, 2) *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan 3) kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Lazada, 4) *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, 5) kepuasan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, 6) kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, 7) *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Lazada melalui kepercayaan, 8) kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Lazada melalui kepercayaan.

Kata kunci : **Loyalitas Konsumen, Kepercayaan, Kepuasan, E-Service Quality**