

ABSTRAK

HENDRA HILMI PRATAMA. 2024. Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *E-Loyalty* Konsumen Shopee (Suatu Studi di Wilayah Kecamatan Baregbeg Kabupaten Ciamis). Di bawah Bimbingan Bapak Dr. H. Oyon Saryono, M.M. (Pembimbing I) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E.,M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* pada konsumen *Marketplace* Shopee di Kecamatan Ciamis. Permasalahan yang dihadapi meliputi: Bagaimana pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* konsumen *marketplace* shopee di Kecamatan Baregbeg. Bagaimana pengaruh *e-trust* terhadap *e-loyalty* konsumen *marketplace* shopee di Kecamatan Baregbeg. Bagaimana pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-loyalty* konsumen *marketplace* shopee di Kecamatan Baregbeg. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif dan pengujian hipotesis meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji t, analisis koefisien korelasi berganda, uji signifikan (uji F), dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh dan signifikan terhadap *e-loyalty*. *E-trust* berpengaruh dan signifikan terhadap *e-loyalty*. *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh dan signifikan terhadap *e-loyalty* konsumen *Marketplace* Shopee, sehingga hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. Maka ketika *e-service quality* dan *e-trust* meningkat maka akan meningkatkan *e-loyalty* konsumen *Marketplace* Shopee. Diharapkan *Marketplace* Shopee mengoptimalkan menyediakan informasi yang lengkap dan akurat tentang produk-produk yang ditawarkan, memberikan informasi produk yang mudah diakses konsumen, menyediakan berbagai program yang saling menguntungkan dan mengajak dan meminta konsumen untuk selalu berbelanja produk-produk kebutuhan secara *online* melalui *marketplace* Shopee.

Kata Kunci : *E-Service Quality, E-Trust, E-Loyalty*.