

ABSTRAK

Tingkat penggunaan Internet di Indonesia yang bertumbuh dengan pesat telah memacu para pebisnis untuk memperdagangkan produk dan layanannya secara daring. Fenomena ini menyebabkan semakin menjamurnya bisnis *e-commerce* serta persaingan yang semakin ketat diantaranya. Maka dari itu, perlu disadari bahwa selain memperdagangkan usahanya melalui media daring, pemilik dari *e-commerce* perlu memperhatikan pentingnya kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen sebagai salah satu penentu kesuksesan bisnisnya serta mampu bersaing ditengah maraknya perdagangan daring. Hal ini mengarahkan peneliti untuk memahami faktor-faktor kualitas layanan elektronik yang akan mempengaruhi kepuasan, serta berakhir pada loyalitas konsumen dengan mengangkat kasus *e-commerce* Traveloka.

Peneliti akan menguji pengaruh desain situs, reliabilitas, respon, jaminan, dan personalisasi sebagai bagian dari kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan, yang berujung pada *e-customer loyalty*. Peneliti menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dalam menjalankan analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain situs, reliabilitas, respon, dan jaminan mempengaruhi *e-customer satisfaction*, sedangkan personalisasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Sementara, *e-customer satisfaction* pada akhirnya mempengaruhi *e-customer loyalty*.

ABSTRACT

The rapidly growing rate of internet user in Indonesia has influenced businesses to trade their products and services online. This phenomenon leads the growing widespread of e-commerce business and increases intense competition among them. Therefore, it should be realized that beside trading their business through online media, the owner of e-commerce needs to concern about the importance of service quality provided for consumers as one of the determinants of business success and able to compete in the midst of online commerce. This leads researchers to understand the factors of electronic service quality that will affect satisfaction, and ends on consumer loyalty by using Traveloka as the case of this study.

Researchers will examine the effects of website design, reliability, responsiveness, assurance, and personalization as part of e-service quality to customer satisfaction, that leads to e-customer loyalty. We use Structural Equation Modeling (SEM) in performing data analysis. The results of this study indicate that website design, reliability, responsiveness, and assurance affect e-customer satisfaction, while personalization has no effect on satisfaction. Meanwhile, at the end, e-customer satisfaction affects e-customer loyalty.