

## INTISARI

Penelitian ini mengembangkan model penelitian untuk menguji hubungan antara dimensi kualitas *e-service*, kepuasan pelanggan dan minat beli. Dimana Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sebagai subjeknya, dan Traveloka sebagai objeknya. Data dari survei terhadap 110 konsumen *online* yang digunakan untuk menguji model penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa dimensi desain *website*, kepercayaan dan personalisasi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, pada akhirnya berpengaruh secara signifikan terhadap dengan minat beli konsumen. Namun, dimensi keandalan tidak signifikan berhubungan dengan kepuasan konsumen. Alat analisis yang digunakan adalah aplikasi SPSS versi 21.0 untuk *Windows*.

Penelitian ini mengembangkan dimensi instrumen kualitas *e-service* telah memodifikasi model SERVQUAL untuk mempertimbangkan konteks belanja *online*. Selain itu, hasil ini penelitian memberikan referensi berharga bagi pengelola toko *online*, serta bagi para peneliti yang tertarik di internet *marketing*.

**Kata kunci:** Kualitas *e-service* , Kepuasan Konsumen, dan Minat Beli.

## **ABSTRAK**

*This study develops a research model to examine the relationship among e-service quality dimensions, customer satisfaction and purchase intentions. Where Students at the Muhammadiyah University of Yogyakarta as the subject, and Traveloka as object. Data from a survey of 110 online consumers were used to test the research model. The analytical results showed that the dimensions of website design, responsiveness, trust and personalization affect customer satisfaction. Moreover, the latter in turn are significantly related to customer purchase intentions. However, the reliability dimension is not significantly related to customer satisfaction. The analytical tool used was SPSS application version 21.0 for windows.*

*This study developed the instrument dimensions of e-service quality by modifying the SERVQUAL model to consider online shopping context. Moreover, the results of this study provide a valuable reference for managers of online stores, as well as for researchers interested in internet marketing.*

**Keywords:** *E-service Quality, Customer Satisfaction, and Purchase Intentions.*