

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *e-satisfaction* dengan *e-trust* sebagai variabel mediasi pada pengguna Lazada Indonesia. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 126 responden yang berusia 18 tahun keatas dan pernah melakukan transaksi sebanyak 2x di Lazada Indonesia. Data dikumpulkan melalui metode survey dengan menggunakan kuesioner secara online. Teknik analisis data kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan model persamaan struktural dengan bantuan *software* Amos 22. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa *e-service quality* secara langsung tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *e-satisfaction*, namun secara tidak langsung memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* melalui *e-trust* sebagai mediasi.

Kata Kunci: *E-Service Quality, E-Satisfaction, E-trust, Lazada Indonesia*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of e-service quality on e-satisfaction with e-trust as a mediating variable for users of Lazada Indonesia. The sampling method used in this study is non probability sampling, namely the purposive sampling technique. The number of samples used in this study consisted of 126 respondents aged 18 years and over and had conducted as many as 2x transactions at Lazada Indonesia. Data is collected through a survey method using an online questionnaire. Quantitative data analysis techniques in this study used structural equation models with the help of Amos 22 software. The results of this study prove that e-service quality directly does not have a significant effect on e-satisfaction, but indirectly has a positive and significant influence on e - satisfaction through e-trust as mediation.

Keywords: E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Trust, Lazada Indonesia