

## ABSTRAK

Total populasi di Indonesia mencapai 259,1 juta penduduk dengan pengguna internet aktif sebesar 88,1 juta. Terdapat C2C terpopuler di Indonesia yaitu Tokopedia, Bukalapak, dan Elevenia. Jakarta dan Bandung berpotensi menjadi tambang emas bagi perusahaan *online* namun tahun 2015 belanja *online* menduduki peringkat ke-4 kasus yang paling banyak diadukan dan menyebabkan hanya 49,8% tetap loyal dikarenakan pelanggan yang tidak merasa puas. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan mengenai *Electronic Service Quality*, *Electronic Satisfaction* dan *Electronic Loyalty e-commerce C2C* di Kota Jakarta dan Bandung.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kausal. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *convenience sampling*. Uji analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Path Analysis* dengan 400 responden yang berdomisili di Kota Jakarta dan Bandung serta melakukan transaksi pembelian di salah satu *market place* yaitu Bukalapak, Tokopedia, Elevenia.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality*, *Electronic Satisfaction* dan *Electronic Loyalty* masuk ke dalam kategori baik serta berdasarkan pengujian *Path Analysis* menunjukkan bahwa *Electronic Service Quality* (X) terhadap *Electronic Satisfaction* (Y), *Electronic Satisfaction* (Y) terhadap *Electronic Loyalty* (Z) dan *Electronic Service Quality* (X) terhadap *Electronic Satisfaction* (Y) dalam membentuk *Electronic Loyalty* (Z) memiliki pengaruh yang signifikan.

**Kata Kunci:** *Electronic Service Quality*, *Electronic Satisfaction* dan *Electronic Loyalty*