ABSTRAK

Pegipegi adalah salah satu biro agen perjalanan berbasis online terkemuka di Indonesia yang hadir untuk menawarkan ribuan pilihan Hotel dan perjalanan dari berbagai maskapai penerbangan untuk tujuan domestik dan internasional. Pegipegi.com didirikan pada tanggal 1 Januari 2012. Meskipun travel agen ini masih tergolong baru, akan tetapi pegipegi sudah memiliki begitu banyak afiliasi dengan hotel dan maskapai penerbangan di seluruh Indonesia. Pegipegi memiliki data lebih dari 700 hotel yang tersebar di 25 kota di seluruh Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *e-service quality*, *e-customer satisfaction*, *e-customer loyalty*, mengertahui pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customer satisfaction*, pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty*, pengaruh *e-customer satisfaction* terhadap *e-customer loyalty*, serta mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap *e-customer loyalty* secara tidak langsung melalui *customer satisfaction* pada Pegipegi.com.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Tipe analisis yang digunakan adalah deskriptif. Sampel pada penelitian ini tidak diketahui, maka dari itu ditentukan dengan rumus yang hasilnya berjumlah 384 responden. Pemgumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software SmartPLS*.

Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa nilai *e-service quality, e-customer satisfaction, dan e-customer loyalty* berada pada kategori baik. Hasil keseluruhan menghasilkan bahwa secara tidak langsung *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* pada *website* Pegipegi.com.

Berdasarkan hasil penelitian, perusahaan Pegipegi sebaiknya mempertimbangkan peningkatan kualitas layanan secara elektronik karena akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan seiring dengan peningkatan kualitas layanan.

Kata Kunci: ***E-Service Quality, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty***