

## ABSTRAK

Perkembangan internet yang sangat pesat membuat industri *e-commerce* semakin berkembang di Indonesia. Dalam dunia industri *online game*, persaingan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen pada produk *item virtual game online* semakin kompetitif seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen yang lebih selektif dalam memilih tempat jual beli *item virtual* dalam *game*. Salah satu *e-commerce item game online* di Indonesia yang paling banyak dibeli adalah *itemku.com*. Berdasarkan hasil pra survei kepada 30 responden secara keseluruhan pengunjung *website itemku.com* merasa loyal kepada *itemku.com*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh *Website Quality*, *E-trust*, *E-satisfaction*, *Switching Barriers* terhadap *E-loyalty* pada pengguna *itemku.com*

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *Accidental Sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis yang digunakan ialah Structural Equation Model (SEM) dengan SmartPLS 3.0.

Berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa *Website Quality*, *E-trust*, *E-satisfaction*, *Switching Barriers* dan *E-loyalty* berada pada kategori baik. Hasil dari analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa secara simultan dan signifikan variabel *Website* berpengaruh terhadap variabel *E-trust* dan variabel *Website quality* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *E-loyalty* variabel *E-trust* berpengaruh terhadap variabel *E-satisfaction*. Variabel *E-trust* berpengaruh terhadap variabel *E-loyalty* sebesar, variabel *Switching Barriers* berpengaruh terhadap *E-loyalty* dan yang terakhir Variabel *E-satisfaction* berpengaruh terhadap variabel *E-loyalty*.

**Kata Kunci :** *Website Quality*, *E-trust*, *E-satisfaction*, *Switching Barriers*, *E-loyalty*