Abstrak

Gopay merupakan e-wallet dengan jumlah pengguna bulanan terbanyak dan brand awareness paling tinggi tidak menjamin adanya kepuasan pada pengguna gopay banyaknya masalah yang dirasakan oleh konsumen saat menggunakan layanan gopay , terkait kesalahan ketika bertransaksi dan saldo yang terpotong secara tiba tiba. Hal ini juga didukung dengan hasil pra survey yang menunjukkan adanya permasalahan pada pelayanan dari gopay . Jika dibiarkan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan berakibat menurunnya loyalalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh E-service Quality dan E-trust terhadap E-customer loyalty melalui E-customer satisfaction sebagai variabel intervening pada pengguna gopay di kota Bandung.

Metode pada penelitian ini adalah deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan metode non *probability sampling* yang berjenis *purposive sampling*, jumlah responden yang didapatkan sebanyak 400 reponden. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis SEM PLS yang diolah menggunakan SmartPls

Hasil pada penelitian ini menunjukan *E-service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifkan terhadap *E-customer loyalty*, *E-trust* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *E-customer loyalty*, lalu *E-service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer satisfaction*, *E-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap E-customer satisfaction, E-customer satisfaction memiliki pengaruh signifikan terhadap *E-customer loyalty*, *E-service Quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer loyalty* melalui *E-cusustomer satisfaction* dan *E-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-customer loyalty* melalui *E-customer satisfaction*

Kata kunci : *E-service Quality, E-trust, E-customer satisfactiom, E-customer loyalty*