

ABSTRAK

Salah satu gaya hidup *online* masyarakat yaitu penggunaan dompet digital. DANA merupakan salah satu aplikasi dompet digital. Berdasarkan *Populary Brand Index* bahwa DANA masih kurang mendapatkan perhatian konsumen, sehingga perlu untuk memperhatikan aspek-aspek loyalitas dan kepuasan pelanggan pada bisnis dompet digital yang termasuk *e-commerce* ini. Dalam *e-commerce* loyalitas konsumen disebut dengan *e-customer loyalty* dan dipengaruhi oleh kepuasan konsumen (*e-customer satisfaction*). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi *e-satisfaction* yaitu *e-trust* dan *e-service quality*. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction* sebagai variabel intervening.

Penelitian ini adalah penelitian asosiatif/korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden yang berada di kota Pekanbaru. Teknik pengolahan data menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji analisis statistic deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, dan Analisis jalur (*Path Analysis*) dengan bantuan IBM Statistik SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *e-service quality* memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *e-customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* diterima, *e-trust* memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*, dan *e-service quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*.

Kata kunci: *E-Service Quality, E-Trust, E-customer Satisfaction, E-customer Loyalty*