

ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet yang pesat membantu masyarakat Indonesia untuk memenuhi kebutuhannya. Internet dan alat elektronik adalah salah satu perkembangan teknologi yang memudahkan komunikasi untuk lebih cepat dan praktis di seluruh penjuru dunia. Internet memberikan inovasi dalam digitalisasi proses jual beli produk, salah satu wadahnya adalah *E-commerce*. Perkembangan *E-commerce* dapat dilihat dengan besarnya pengguna dan persaingan *E-commerce* di Indonesia. Bukalapak memiliki daya saing yang belum cukup baik dibandingkan kompetitornya.

Tujuan dari penelitian ini bertujuan guna mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *E-service quality* terhadap *E-customer satisfaction* dan *E-customer loyalty* pada pengguna layanan Bukalapak. *E-service quality* dalam penelitian ini memiliki dimensi yang terdiri dari *efficiency*, *system availability*, *fulfilment*, dan *privacy*. Selain meneliti pengaruhnya penelitian ini mengungkap perspektif pengguna terhadap *E-service quality*, *E-customer satisfaction*, dan *E-customer loyalty* pada layanan Bukalapak.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menerapkan metode kuantitatif serta jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Data dihimpun dengan teknik penyebaran kuesioner kepada 385 responden menerapkan metode *Non-Probability Sampling*, selanjutnya data diolah menerapkan teknik analisis deskriptif serta analisis linear berganda dan pengujian hipotesis menggunakan *SPSS versi 25*.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwasannya *E-service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *E-customer satisfaction* dan *E-customer loyalty*, serta ditemukan hasil yang menunjukkan jika variabel *E-service quality* (X1) memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap *E-customer satisfaction* (Y1) dan *E-customer loyalty* (Y2) pada pengguna layanan Bukalapak.

Hasil penelitian ini sangat diharapkan dapat dijadikan evaluasi terhadap *E-commerce* Bukalapak dalam meningkatkan *E-service quality*. Selain itu, penelitian

ini dapat masukan untuk meningkatkan jumlah pengguna Bukalapak dan menjadi pengetahuan untuk konteks *E-commerce*.

Kata kunci: *E-service Quality, E-customer Satisfaction, E-customer Loyalty, Bukalapak*