

ABSTRAK

Teknologi berkembang begitu cepat sehingga mengubah gaya hidup masyarakat dan mempercepat digitalisasi berbagai industri, termasuk keuangan. Kebutuhan akan layanan keuangan digital yang cepat, mudah, efisien, dan bermanfaat terus mengalami peningkatan. Didukung dengan beberapa fakta bahwa pada tahun 2023 Indonesia memiliki nilai transaksi pembayaran digital tertinggi di Asia Tenggara, sejalan dengan hal tersebut Bank Indonesia menyatakan bahwa transaksi keuangan digital mengalami peningkatan 22.9 persen. Oleh karena itu, dalam memenuhi kebutuhan masyarakat pada layanan keuangan digital, maka menjadi peluang bagi beberapa perusahaan untuk dapat menciptakan layanan keuangan digital. Pegadaian Digital *Service* menjadi salah satu hasil dari digitalisasi layanan keuangan bukan *bank* yang telah hadir sejak Januari 2019. Terlepas dari hadirnya layanan keuangan digital, Pegadaian Digital *Service* masih kerap mendapat keluhan dari penggunaannya mulai dari ulasan negatif hingga rating aplikasi yang dapat dikategorikan buruk.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *e-tailq* terhadap *e-satisfaction* dan *e-loyalty* pengguna aplikasi Layanan Digital Pegadaian di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan jenis analisis data deskriptif kausal. Pendekatan *non-probability sampling purposive* digunakan dalam pengambilan sampel penelitian ini, dan diperoleh 198 responden.

Penelitian ini, *Google Form* digunakan untuk mendistribusikan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Setelah data terkumpul, uji validitas, reliabilitas, dan normalitas dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23. Perangkat lunak SmartPLS versi 3.2.9 digunakan untuk mendapatkan hasil kesimpulan penelitian.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa elemen *e-tailq* seperti *customer service and support*, serta *website design*, memiliki dampak menguntungkan yang besar terhadap *e-loyalty*. *E-loyalty* tidak terpengaruh oleh elemen *e-tailq* lainnya seperti *privacy and security*, dan *reliability*. Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa elemen *e-tailq* termasuk desain situs web, layanan dan dukungan pelanggan, privasi dan keamanan, dapat meningkatkan kepuasan elektronik secara signifikan. Namun demikian, kepuasan elektronik tidak dapat dipengaruhi oleh komponen *reliability e-tailq*. Bersamaan dengan itu, ditemukan bahwa kepuasan elektronik memiliki dampak yang besar terhadap loyalitas elektronik. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa kepuasan elektronik tidak dapat menjadi penyangga hubungan antara *e-tailq* dan *e-loyalty*.

Bersumber pada hasil penelitian ini, disarankan untuk pihak aplikasi Pegadaian Digital *Service* sebaiknya melakukan evaluasi terkait *e-tailq* dengan memprioritaskan peningkatan layanan konsumen yang responsif dan dapat menghadirkan sebuah fitur interaktif yang dapat mempermudah dan mempercepat pengguna aplikasi dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Hal ini akan memastikan aplikasi tetap ramah pengguna dan efisien.

Kata Kunci: Kepuasan Elektronik, Kualitas Ritel Elektronik, Layanan Digital Pegadaian, Loyalitas Elektronik.