

ABSTRAK

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *E-PROMOTION* DAN *E-PRICE*  
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Studi Pada Konsumen Tiktok Shop di Daerah Istimewa Yogyakarta

Yohana Cristina P. S  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh secara langsung *e-service quality* terhadap loyalitas konsumen Tiktok Shop, 2) Pengaruh secara langsung *e-promotion* terhadap loyalitas konsumen Tiktok Shop, 3) Pengaruh secara langsung *e-price* terhadap loyalitas konsumen Tiktok Shop, 4) Pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas konsumen Tiktok Shop dengan kepuasan sebagai variabel mediasi, 5) Pengaruh *e-promotion* terhadap loyalitas konsumen Tiktok Shop dengan kepuasan sebagai variabel mediasi, 6) Pengaruh *e-price* terhadap loyalitas konsumen Tiktok Shop dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada aplikasi Tiktok Shop di Yogyakarta minimal satu kali pada bulan Desember 2022 hingga saat ini. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan *convenience sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 96 responden yang sudah pernah membeli dan menggunakan Tiktok Shop serta berdomisili di wilayah Yogyakarta kemudian kuesioner dibagikan dalam bentuk *google form*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *E-service quality* secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 2) *E-promotion* secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 3) *E-price* secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, 4) *E-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 5) *E-promotion* tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen, 6) *E-price* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi oleh kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *E-service Quality*, *E-promotion*, *E-price*, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen.

*ABSTRACT*

**INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, E-PROMOTION AND E-PRICE  
ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH SATISFACTION AS A  
MEDIATION VARIABLE**

Study on Tiktok Shop Consumers in the Special Region of Yogyakarta

Yohana Cristina P. S  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2023

*This study aims to determine: 1) The direct effect of e-service quality on Tiktok Shop customer loyalty, 2) The direct effect of e-promotion on Tiktok Shop customer loyalty, 3) The direct effect of e-price on Tiktok Shop customer loyalty, 4) The effect of e-service quality on Tiktok Shop customer loyalty with satisfaction as a mediating variable, 5) The effect of e-promotion on Tiktok Shop customer loyalty with satisfaction as a mediating variable, 6) The effect of e-price on Tiktok Shop customer loyalty with satisfaction as a mediating variable. The population in this study are consumers who have made purchases on the Tiktok Shop application in Yogyakarta at least once from December 2022 to the present. The sampling technique uses non-probability sampling with convenience sampling. Data was obtained by distributing questionnaires to 96 respondents who had purchased and used the Tiktok Shop and who live in the Yogyakarta area, then the questionnaires were distributed in the form of a Google form. The data analysis technique in this study is Partial Least Square using the SmartPLS 3.0 application. The results of this study indicate that: 1) E-service quality has a direct positive effect on consumer loyalty, 2) E-promotion does not directly have a positive effect on customer loyalty, 3) E-price does not directly have a positive effect on consumer loyalty, 4) E-service Quality has a positive effect on consumer loyalty mediated by customer satisfaction, 5) E-promotion has no positive effect on consumer loyalty mediated by customer satisfaction, 6) E-price has a positive effect on consumer loyalty mediated by customer satisfaction.*

*Keywords: E-service Quality, e-promotion, e-price, consumer loyalty, consumer satisfaction*