

**THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY, INFORMATION QUALITY,  
AND E-TRUST ON CONSUMER LOYALTY WITH  
E-SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE  
A Study on Shopee Users in Yogyakarta**

Nicodemus Michael Saputra

Management Study Program, Faculty of Economics, Sanata Dharma University Yogyakarta  
[nicodemusmichael2703@gmail.com](mailto:nicodemusmichael2703@gmail.com)

**Abstract**

*This study aims to find out: (1) The direct influence of e-service quality on consumer loyalty, (2) the direct effect of information quality on consumer loyalty, (3) the direct effect of e-trust on consumer loyalty, (4) the effect of e-service quality on consumer loyalty mediated by e-satisfaction, (5) the effect of information quality on consumer loyalty mediated by e-satisfaction, and (6) the effect of e-trust on consumer loyalty mediated by e-satisfaction. The sampling technique in this study uses non-probability sampling technique with purposive sampling method. The sample in this study used 102 respondents domiciled in the Special Region of Yogyakarta and Shopee application users who have made purchases at least twice in the last one year. The data analysis technique in this study is partial least square using SmartPLS 3.0. The results obtained in this study are as follows: (1) E-service quality directly affects consumer loyalty, (2) information quality directly affects consumer loyalty, (3) e-trust does not directly affect consumer loyalty, (4) e-service quality does not affect consumer loyalty mediated by e-satisfaction, (5) information quality affects consumer loyalty with partial mediation by e-satisfaction, and (6) e-trust affect consumer loyalty with full mediation by e-satisfaction.*

**Keywords:** E-Service Quality, Information Quality, E-Trust, Consumer Loyalty, E-Satisfaction

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY, KUALITAS INFORMASI DAN  
E-TRUST TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN  
E-SATISFACTION SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
Studi pada Pengguna Shopee di Yogyakarta**

Nicodemus Michael Saputra

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta  
[nicodemusmichael2703@gmail.com](mailto:nicodemusmichael2703@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh secara langsung e-service quality terhadap loyalitas konsumen. (2) pengaruh secara langsung kualitas informasi terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh secara langsung e-trust terhadap loyalitas konsumen, (4) pengaruh e-service quality terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi e-satisfaction, (5) pengaruh kualitas informasi terhadap loyalitas konsu dengan dimediasi e-satisfaction, dan (6) pengaruh e-trust terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi e-satisfaction. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling. Sampel pada penelitian ini menggunakan 102 responden berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dan pengguna aplikasi Shopee yang sudah pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dalam satu tahun. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu partial least square dengan menggunakan SmartPLS 3.0. Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) E-service quality secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. (2) kualitas informasi secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (3) e-trust secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, (4) e-service quality tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi e-satisfaction, (5) kualitas informasi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi sebagian oleh e-satisfaction, dan (6) e-trust berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan dimediasi penuh oleh e-satisfaction.

**Kata kunci:** *E-Service Quality*, Kualitas Informasi, *E-Trust*, Loyalitas Konsumen, *E-Satisfaction*.