



INTISARI

Pengguna lokapasar daring di Indonesia terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Lazada merupakan salah satu lokapasar daring yang populer di Indonesia. Namun, Lazada memiliki pangsa pasar dan nilai *Gross Merchandise Value* (GMV) yang berbeda cukup signifikan dengan pesaingnya, yaitu Shopee dan Tokopedia. Selain itu, terdapat penurunan pangsa pasar dan nilai *Gross Merchandise Value* (GMV) Lazada Indonesia dalam rentang waktu 2020-2023. Oleh karena pentingnya cara mempertahankan dan meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Lazada Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengguna Lazada Indonesia dengan menggunakan Teori E-S-QUAL untuk menganalisis kualitas layanan secara daring. Teori ini terdiri dari empat dimensi, yaitu efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi. Metode *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS 4.0 digunakan untuk menganalisis data dari 311 responden. Lima dari sembilan hipotesis dalam penelitian ini terdukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi efisiensi, pemenuhan, dan ketersediaan sistem memengaruhi kepuasan konsumen. Sementara itu, hanya dimensi ketersediaan sistem yang memengaruhi loyalitas konsumen. Selanjutnya, kepuasan konsumen memengaruhi loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Teori E-S-QUAL, Efisiensi, Pemenuhan, Ketersediaan Sistem, Privasi, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.



ABSTRACT

Users of online marketplaces in Indonesia have continued to increase in recent years. Lazada is one of the most popular online marketplaces in Indonesia. However, Lazada has a market share and Gross Merchandise Value (GMV) that is quite significantly different from its competitors, namely Shopee and Tokopedia. Apart from that, there is a decline in Lazada Indonesia's market share and Gross Merchandise Value (GMV) in the 2020-2023 period. Because of the importance of maintaining and increasing satisfaction and consumer loyalty, this research aims to investigate the influence of electronic service quality on Lazada Indonesia user satisfaction and loyalty.

This research aims to analyze the influence of electronic service quality on Lazada Indonesia user satisfaction and loyalty by using the E-S-QUAL theory to analyze online service quality. This theory consists of four dimensions, namely efficiency, fulfillment, system availability, and privacy. The Structural Equation Modeling (SEM) method with SmartPLS 4.0 software was used to analyze data from 311 respondents. Five of the nine hypotheses in this study were supported. The results of this research indicate that the dimensions of efficiency, fulfillment, and system availability influence consumer satisfaction. Meanwhile, only the system availability dimension influences consumer loyalty. Furthermore, consumer satisfaction influences consumer loyalty.

Keywords: *E-S-QUAL Theory, Efficiency, Fulfillment, System Availability, Privacy, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.*