

This purpose of this dissertation is to synthesize existing insight about e-service quality in online business and develop new visions that helps manager to understand the most important dimensions of e-service quality that have impact on customer satisfaction, customer trust, and customer behavior. This study focus on the impact of e-service quality of Indonesian e-commerce. This study tested the four-dimensions of e-service quality that better predict customer behavior. The result was expected to extend the insight about country culture difference might have different relevance of e-service quality attributes.

Data from an online survey of 355 Indonesian online consumers were used to test the research model. Structural equation modelling technique was used to test the research model. The analytical result showed that three dimensions of e-service quality: website design, security/privacy, and fulfilment positively affect overall e-service quality. Meanwhile customer service is not significantly related to overall e-service quality. Later, overall e-service quality is significantly related to customer satisfaction and customer trust. This study also tested the impact of customer satisfaction and customer trust on customer behavior such as repurchase intention, word of mouth, and site revisit. Result indicate customer satisfaction and customer trust had a positive impact on customer behavior.

**Keywords:** E-Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Behavior

JEL: M30 – Marketing and Advertising: General

JEL: M31 – Marketing

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan wawasan yang ada tentang kualitas layanan dalam bisnis *online* dan mengembangkan sudut pandang baru yang membantu manajer untuk memahami dimensi terpenting dari kualitas layanan elektronik yang berdampak pada kepuasan konsumen, kepercayaan konsumen, dan perilaku konsumen. Penelitian ini berfokus pada dampak kualitas layanan elektronik dari *e-commerce* yang berbasis di Indonesia. Penelitian ini menguji empat dimensi kualitas layanan elektronik yang dapat memprediksi perilaku pelanggan dengan baik. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan tentang bagaimana perbedaan budaya suatu negara dapat berpengaruh terhadap perbedaan relevansi dari atribut kualitas layanan elektronik.

Data dari hasil survey kepada 355 konsumen *online* Indonesia digunakan untuk menguji model penelitian. *Structural equation modelling* digunakan untuk menguji model penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa tiga dimensi kualitas layanan elektronik, yaitu desain website, keamanan/privasi, dan pemenuhan secara positif memengaruhi kualitas layanan elektronik secara keseluruhan. Sementara itu, layanan pelanggan tidak berhubungan dengan kualitas layanan elektronik secara keseluruhan. Selain itu, keseluruhan kualitas layanan elektronik secara keseluruhan berpengaruh positif pada kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini juga menguji dampak dari kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen pada perilaku konsumen seperti niat pembelian kembali, getok tular, dan kunjungan kembali ke website. Hasil dari penelitian ini menunjukkan kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen memiliki dampak positif pada perilaku konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan elektronik, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Perilaku Konsumen