

## INTISARI

Tata layanan lingkungan daring yang dirancang dengan baik telah diidentifikasi sebagai kontributor penting bagi kepercayaan situs web oleh beberapa penulis, tetapi belum dalam konteks atau industri yang khusus ini. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis apakah tiga dimensi tata layanan lingkungan daring yang terdiri dari estetika, fungsionalitas, dan keamanan finansial mempengaruhi loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepercayaan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Shopee dan Tokopedia, dua aplikasi perdagangan daring populer yang sedang beroperasi di Indonesia. Responden penelitian ini adalah individu yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, dan pernah berbelanja daring menggunakan aplikasi Shopee dan Tokopedia dalam tiga bulan terakhir. Studi tersebut menggunakan pendekatan survei untuk mengumpulkan data terkait persepsi konsumen tentang tata layanan lingkungan daring. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *non probability sampling* dengan *purposive sampling* dan jumlah responden 176 individu. Masing-masing responden mengisi kuesioner sebanyak dua kali, satu untuk menilai Shopee dan satu lagi untuk menilai Tokopedia sehingga diperoleh total 352 data. Regresi linier berganda digunakan sebagai metode analisis data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel tata layanan lingkungan daring yaitu estetika, fungsionalitas, dan keamanan finansial berpengaruh positif terhadap kepercayaan. Temuan penelitian ini juga menyimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : estetika, fungsionalitas, keamanan finansial, kepercayaan, loyalitas pelanggan, tata layanan lingkungan daring, papan pasar daring

## ***ABSTRACT***

*A well-designed e-servicescape has been identified as an important contributor to website trust by several authors, but not yet in this particular context or industry. This study aims to test and analyze whether three e-servicescapes dimensions which consists of aesthetics, functionality, and financial security affects customer loyalty which is mediated by trust. The research object of this study are Shopee and Tokopedia, two popular e-commerce applications that is currently operating in Indonesia. Respondents of this study are individuals who live in the Special Region of Yogyakarta, and have shopped online using Shopee and Tokopedia application in the last three months. The study utilizes a survey approach to gather data regarding consumers' perceptions of online servicescape. The data is collected using non-probability sampling method with purposive sampling and the number of respondents is 176 individuals. Each respondent filled out the questionnaire twice, one to rate Shopee and the other to rate Tokopedia so that a total of 352 data were obtained. Multiple linear regression is used as the data analysis method. The results of this study indicate that variables of e-servicescape which are aesthetics, functionality, and financial security positively influence trust. A finding of this study also concluded that trust positively influence customer loyalty.*

*Key Words : aesthetics, functionality, financial security, trust, customer loyalty, e-servicescape, e-commerce*