

## INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dimensi kualitas layanan elektronik, meliputi: desain situs, reliabilitas, layanan pelanggan, keamanan/ privasi, dan layanan pelanggan pasca pembelian pada kepuasan dan loyalitas konsumen. Penelitian ini juga bertujuan untuk menguji tingkat keterlibatan produk sebagai pemoderasi diantara dimensi kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Penelitian dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan melakukan survei, melalui *online* dan *offline*, dengan jumlah sampel sebesar 228 responden. Data dalam penelitian ini diolah dengan analisis regresi sederhana dan berganda dengan menggunakan alat analisis SPSS Versi 16.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reliabilitas, layanan pelanggan, dan layanan pelanggan pasca pembelian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang selanjutnya akan ditunjukkan pada loyalitas. Penelitian ini juga mengkonfirmasi kepuasan konsumen menjadi faktor krusial untuk menuju loyalitas dan menemukan bahwa keterlibatan produk memperkuat hubungan dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan.

Kata Kunci: kualitas layanan elektronik, kepuasan konsumen, keterlibatan produk, loyalitas konsumen, perdagangan elektronik.

## ABSTRACT

*The purpose of this study were to investigated the effects of e-service quality, including: site design, reliability, customer service, security/privacy, and post-purchase customer service on satisfaction and consumer loyalty. This study also examined product involvement as moderation role between e-service quality dimensions and consumer satisfaction. The study used quantitative approach, with spreaded questionnaires by online and offline survey on 228 respondent. Data of this study was processed with simple and multiple regression use SPSS 16 Version analysis tool.*

*Findings of this study refers that reliability, customer service, and post-purchase customer have impact to consumer satisfaction then is guided by consumer loyalty. This study also confirmed that consumer satisfaction was crucial issue on loyalty of consumer and found that product involvement has moderation role between e-service quality dimensions and consumer satisfaction.*

*Keywords: e-service quality, consumer satisfaction, product involvement, consumer loyalty, and e-commerce.*