

INTISARI

Bisnis *online* sudah menjadi tren di Indonesia, pelaku bisnis *online* berasal dari berbagai kalangan. Dikarenakan, bisnis *online* tidak banyak memakan waktu dengan begitu persaingan dalam bisnis penyedia jasa pengiriman semakin ketat. Kepuasan pelanggan dibentuk untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Pada penelitian ini memilih loyalitas pelanggan untuk menyajikan perilaku pelanggan aktual sebagai konsekuensi dari kinerja *e-service quality* dan citra merk. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara *e-service quality* dan citra merk terhadap loyalitas pelanggan, dimana kepuasan pelanggan sebagai pemediasi dengan fokus pada pelanggan JNE di Yogyakarta. Metode penelitian ini adalah dengan survei langsung ke pelanggan yang bersangkutan. Dilakukan uji reliabilitas dan uji validitas *instrument servqual*. Responden penelitian ini terdiri dari 162 pelanggan. Data yang terkumpul dianalisis dengan metode SEM AMOS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; 2) citra merk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan; 3) *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 4) citra merk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan; 5) kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan; 6) kepuasan pelanggan memiliki peran sebagai pemediasi antara *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan; 7) kepuasan pelanggan memiliki peran sebagai pemediasi antara citra merk terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: *e-service quality*, citra merk, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

Online business has become a trend in Indonesia, online business from various circles. Because, there are not many online businesses. Customer satisfaction is formed to create customer loyalty. In this study choose customer loyalty for special events as a performance of e-service quality and brand image. This research mainly aims to identify relation between e-service quality and brand image to customer loyalty, which the customer satisfaction is as a mediator that specifically focuses on the customer of JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) service in Yogyakarta. The method which is exerted to collect the data in this research is a direct survey to the concerned customers. Moreover, this research also exerts reliability test and validity test of servqual instrument. A number of respondent who are involved in this research consist of 162 respondents. The collected data is then analyzed by method of SEM AMOS.

This research finding implies that 1) e-service quality affects positively and significantly to customer loyalty, 2) brand image affects positively but not significantly to customer loyalty, 3) e-service quality affects positively and significantly to customer satisfaction, 4) brand image affects positively and significantly to customer satisfaction, 5) customer satisfaction affects positively and significantly to customer loyalty, 6) customer satisfaction takes role as a mediator between e-service quality and customer loyalty, 7) customer satisfaction takes role as a mediator between brand image and customer loyalty

Keywords: e-service quality, brand image, customer satisfaction, customer loyalty.