

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* melalui *E-Satisfaction* terhadap keputusan pembelian *online* Survey pada konsumen Guten.inc di tahun 2018. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari *E-Service Quality*, sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian *online*. Jenis penelitian yang di gunakan adalah survey. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Variabel *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* pada konsumen Guten.inc. (2) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* pada konsumen Guten.inc. (3) Variabel *E-Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Online* pada konsumen Guten.inc. (4) Variabel *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *online* melalui *E-Satisfaction* pada konsumen Guten.inc. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* mempengaruhi variabel *E-Satisfaction* sebesar 37.9%, Sedangkan untuk variabel keputusan pembelian *online* adalah 0,514. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *E-Service Quality* mempengaruhi variabel keputusan pembelian *online* sebesar 51,4%. Nilai R Square adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (2003) nilai R-square sebesar > 0.67 (kuat), > 0.33 (moderat) dan > 0.19 (lemah). Berdasarkan data tersebut koefisien determinasi untuk variabel keputusan pembelian *online* tergolong moderat, dan koefisien determinasi untuk variabel *E-Satisfaction* tergolong moderat.

Kata Kunci : *e-service quality*, *e-satisfaction*, dan keputusan pembelian *online*