

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Strategi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei oleh karena itu, untuk memperoleh informasi dan data peneliti terlebih dahulu menanyakan pendapat responden atas pernyataan yang tercantum dalam kuesioner. Selain itu survei juga dilakukan untuk melengkapi informasi terkait dengan variabel-variabel yang akan diteliti, kemudian data yang diperoleh dari survei ini diolah dengan pendekatan kuantitatif menggunakan angka-angka. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan Sugiyono (2018:15). Hasil kajian kuantitatif diharapkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian dalam bentuk asosiasi antar variabel dalam penelitian. Penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih, mencari peranan, pengaruh, dan hubungan yang bersifat sebab-akibat, yaitu antara variabel bebas atau variabel eksogen dan variabel terikat atau variabel endogen Sugiyono (2018:51).

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:130). Populasi umum di dalam penelitian ini adalah pengguna Shopee dan populasi sasaran di dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Chintya Bintang Pertiwi yang pernah bertransaksi di situs belanja Shopee pada bulan November dan Desember 2020. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut Sugiyono (2018:131). Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang menggunakan kriteria

tertentu Sugiyono (2018:138). Kriteria sampel dalam penelitian ini pelanggan yang pernah bertransaksi atau membeli disitus belanja Shopee pada bulan November dan Desember 2020. Dikarenakan jumlah populasi sasaran tidak diketahui maka peneliti memutuskan untuk menggunakan sebanyak 100 responden, sebagaimana pendapat Ghozali (2014:30) yang menyatakan bahwa besarnya sampel untuk pengujian PLS untuk mengkonfirmasi teori, tetapi dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten dan memiliki pengaruh yang lebih besar, minimal direkomendasikan sebanyak 30 sampai 100.

### 3.3. Data dan Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti Sugiyono (2018:213). Data primer tersebut dikumpulkan melalui kuisisioner, kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka dapat diberikan secara langsung kepada responden Sugiyono (2018:219). Sedangkan data sekunder merupakan berbagai informasi yang peneliti kumpulkan untuk digunakan dalam melengkapi kebutuhan data penelitian seperti data jumlah karyawan yang diperoleh dari data internal pihak perusahaan.

Kuisisioner diukur menggunakan skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang selanjutnya disebut variabel penelitian. Selanjutnya, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item - item instrument kuisisioner. Jawaban setiap item kuisisioner mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

**Tabel 3.1** Penilaian Skala *Likert*

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu – Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018:152)

### 3.4. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi digunakan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terikat di dalam penelitian. Identifikasi variabel variabel yang digunakan penelitian ini untuk memperoleh data dan melakukan analisis secara statistik. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2018:55).

Adapun operasionalisasi variabel dalam penelitian ini meliputi:

1. *E-service quality* kemampuan Shopee untuk memberikan fasilitas kegiatan belanja pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien melalui internet. Untuk mengukur *e-service quality* penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya kemampuan untuk mengakses, upaya minimal dan fungsional teknis dalam bertransaksi di Shopee.
2. *E-satisfaction* evaluasi pasca pembelian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan situs Shopee. Sejauh mana Shopee dapat memenuhi harapan pelanggan dalam kegiatan berbelanja *online*. Untuk mengukur *e-satisfaction* penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya kesesuaian produk dengan harapan, kinerja aktual produk dan pengalaman terhadap penggunaan produk.
3. *E-trust* jaminan keamanan dalam bertansaksi di Shopee dan memberikan janji akan layanan yang telah ditawarkan sehingga kepentingan jangka panjang konsumen dapat terpenuhi. Untuk mengukur *e-trust* penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya kemampuan situs dalam mengamankan data pelanggan dan data transaksi serta kemampuan untuk menyediakan informasi dan kualitas produk yang terpercaya.
4. *E-loyalty* sikap baik pelanggan terhadap Shopee sehingga pelanggan mempunyai komitmen untuk mengunjungi Shopee kembali dan tetap menggunakan Shopee daripada beralih ke situs lain. Untuk mengukur *e-loyalty* penelitian ini menggunakan sub indikator diantaranya penyampaian

dalam bentuk ulasan yang positif, mengajak pihak lain dan kesediaan untuk membeli secara berulang dan terus menerus.

Variabel yang diukur dan dijelaskan dalam beberapa indikator dan masing-masing mempunyai sub indikator. Sub indikator akan dijadikan dasar untuk menyusun *item-item* instrumen kuisioner yang berupa pertanyaan dan pernyataan. Indikator - indikator yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat Tabel 3.2:

**Tabel 3.2** Variabel, Indikator, Sub Indikator *E-Service Quality*

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode
<i>E-Service Quality</i> Zeithaml,el al.(dalam Tjiptono 2019:326)	<i>Efficiency</i>	Kemampuan untuk mengakses	SQ1
		Upaya minimal	SQ2
	<i>Reliabilitas</i>	Fungsionalitas teknis	SQ3
	<i>Fulfillment</i>	Ketersediaan	SQ4
		Pengiriman	SQ5
	<i>Privacy</i>	Keamanan data pelanggan	SQ6
		Keamanan data transaksi	SQ7
	<i>Responsiveness</i>	Kemampuan memberikan informasi yang tepat	SQ8
		Penanganan pengembalian produk	SQ9
		Penyediaan garansi <i>online</i>	SQ10
	<i>Compensation</i>	Pengembalian uang	SQ11
		Biaya pengiriman	SQ12
		Biaya penanganan produk	SQ13
	<i>Contact</i>	layanan pelanggan secara <i>online</i> atau telepon	SQ14

**Tabel 3.3** Variabel, Indikator, Sub Indikator *E- Satisfaction*

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode
<i>E-Satisfaction</i> Priansa dalam Aminsyah (2019:4548)	<i>Expectations</i>	Produk sesuai dengan harapan	ES1
	<i>Perfomance</i>	Kinerja aktual produk ketika digunakan	ES2
	<i>Comparison</i>	Harapan kinerja produk sebelum membeli dengan kinerja aktual produk tersebut.	ES3
	<i>Experience</i>	Pengalaman terhadap penggunaan merek dari produk yang berbeda dari yang lain.	ES4
	<i>Confirmation dan Disconfirmation</i>	Konfirmasi harapan sesuai dengan kinerja aktual produk	ES5

**Tabel 3.4** Variabel, Indikator, Sub Indikator *E- Trust*

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode
<i>E-Trust</i> Mayer, et al. (2006:91)	<i>Ability</i>	Kemampuan menyediakan dan melayani	ET1
		Keamanan transaksi	ET2
	<i>Benevolence</i>	Memberikan perhatian dalam mewujudkan kepuasan konsumen	ET3
	<i>Integrity</i>	Informasi produk yang diberikan	ET4
		Saya percaya produk Shopee berkualitas baik	ET5

**Tabel 3.5** Variabel, Indikator, Sub Indikator *E- loyalty*

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Kode
<i>E-loyalty</i> Japariato (dalam Aminsyah, 2019:4549)	<i>Say positive thing</i>	Penyampaian dalam bentuk kata secara positif	EL1
	<i>Recommend friends</i>	Mengajak pihak lain	EL2
	<i>Continue purchasing</i>	Membeli ulang terus-menerus	EL3

### 3.5. Metode Analisis Data

#### 3.5.1. Statistik Deskriptif

##### 3.5.1.1 Karakteristik responden

Deskripsi untuk menggambarkan jumlah responden yang telah dibagi sesuai karakteristik yang telah ditentukan yaitu berdasarkan karakteristik demografi (usia, jenis kelamin) dan karakteristik responden (bagian bekerja, terakhir belanja dan jenis produk yang terakhir dibeli). Dimana deskripsi responden tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel.

##### 3.5.1.2. Analisis jawaban responden

Deskripsi variabel dilakukan untuk mengetahui jawaban responden terhadap variabel *e-service quality*, *e-satisfaction*, *e-trust* dan *e-loyalty* pelanggan dengan menggunakan analisis *indeks*. Untuk menghasilkan kecenderungan jawaban responden terhadap setiap variabel, maka didasarkan pada nilai skor rata-rata atau nilai *indeks* kemudian dikategorikan ke dalam rentang skor berdasarkan perhitungan *three box method* (Ferdinand, 2014:231). Angka *indeks* menunjukkan skor 20 hingga 100 dengan rentang sebesar 80. Dengan menggunakan kriteria tiga

kotak atau *three box method*, maka rentang sebesar 80 dibagi menjadi 3 bagian, sehingga rentang untuk setiap bagian sebesar 26, kemudian rentang tersebut dapat digunakan sebagai daftar interpretasi *indeks* berikut:

20 – 46 = Rendah

47 – 73 = Sedang

74 – 100 = Tinggi

Teknik *skoring* dalam penelitian ini menggunakan skor maksimal 5 dan skor minimal 1, sehingga perhitungan indeks jawaban responden adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = [(\%F1*1)+(\%F2*2)+(\%F3*3)+(\%F4*4)+(\%F5*5)]/5\dots\dots(3.3)$$

Keterangan:

F1 : Frekuensi responden yang menjawab 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F2 : Frekuensi responden yang menjawab 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F3 : Frekuensi responden yang menjawab 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F4 : Frekuensi responden yang menjawab 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

F5 : Frekuensi responden yang menjawab 5 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan kuesioner.

### 3.5.2. Analisis Jalur

Dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur atau *path analysis* yaitu suatu teknik analisis yang digunakan dalam penelitian kuantitatif yang merupakan pengembangan lebih lanjut dari analisis regresi berganda dan bivariat Ghazali (2014:117). Analisis jalur mempunyai kedekatan dengan regresi berganda yaitu bentuk khusus analisis jalur. Teknik ini dikenal sebagai model sebab-akibat atau *causing modeling*. Pada analisis jalur, korelasi antara variabel dihubungkan dengan parameter dari model yang dinyatakan dengan diagram jalur atau *path diagram*. Analisis jalur akan menguji persamaan regresi yang melibatkan beberapa variabel eksogen dan endogen sehingga memungkinkan pengujian terhadap variabel *mediating* atau *intervening* atau variabel antara. Analisis jalur juga dapat mengukur hubungan

langsung dan tidak langsung antara variabel dalam model. Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung seperangkat variabel bebas atau eksogen terhadap variabel terikat atau endogen. Model analisis jalur dapat digunakan apabila secara teori penelitian yakin bahwa variabel yang dianalisis memiliki pola hubungan sebab akibat atau *causal effect*. Dalam analisis jalur terdapat beberapa konsep dan istilah dasar yaitu sebagai berikut:

1. Model Jalur

Model jalur merupakan suatu diagram yang menghubungkan antara variabel bebas, perantara dan tergantung. Pola hubungan ditunjukkan dengan menggunakan anak panah. Anak panah-anak panah tunggal menunjukkan hubungan sebab akibat antara variabel - variabel eksogen atau perantara dengan variabel tergantung atau lebih. Anak panah juga menghubungkan kesalahan (variabel residu) dengan semua setiap variabel endogen. Anak panah ganda menunjukkan korelasi antar pasangan variabel-variabel.

2. Variabel Eksogen

Variabel eksogen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya variabel dependen (Sugiyono, 2018:36). Bila antara variabel eksogen dikorelasikan maka korelasi tersebut ditunjukkan dengan anak panah dengan kepala dua yang menghubungkan variabel-variabel tersebut. Dalam istilah lain dapat disebut dengan variabel independen. Variabel eksogen pada suatu model jalur adalah semua variabel yang tidak ada penyebab eskplisitnya atau dalam diagram tidak ada anak-anak panah yang menuju kearahnya selain pada bagian kesalahan pengukuran.

3. Variabel Endogen

Variabel endogen merupakan variabel yang nilainya tergantung pada variable lainnya, yang mana nilainya akan berubah jika variabel yang mempengaruhinya berubah (Sugiyono, 2018:37). Variabel endogen dalam suatu model jalur merupakan variabel yang mempunyai anak panah-anak panah menuju kearah variabel tersebut. Yang termasuk didalamnya mencakup semua variabel perantara dan tergantung. Variabel perantara endogen mempunyai anak panah yang menuju ke arahnya dan dari arah

variabel tersebut dalam suatu model diagram jalur. Adapun, variabel tergantung hanya mempunyai anak panah yang menuju kearahnya.

#### 4. Variabel Laten

Variabel laten merupakan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung kecuali dengan satu atau lebih variabel *manifest*. Variabel laten dapat berfungsi sebagai variabel eksogen maupun endogen. Ada cara untuk mengetahui apakah sebuah variabel dapat digolongkan menjadi variabel laten dengan menguji apakah variabel tersebut dapat diukur secara langsung atau tidak langsung atau variabel *manifest* merupakan variabel yang kuantitatifnya diketahui secara langsung, apabila variabel tidak dapat diukur secara langsung, maka variabel tersebut dikategorikan sebagai variabel laten yang membutuhkan sejumlah variabel *manifest* (Singgih, 2011:7).

#### 5. Variabel Mediasi

Variabel mediasi merupakan variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antar variabel independent dengan variabel eksogen dan variabel endogen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur (Sugiyono, 2018:59). Variabel ini sebagai penyela atau antara variabel eksogen dan endogen, sehingga variabel eksogen tidak langsung mempengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel endogen. Adapun syarat efek mediasi yang dipenuhi oleh koefisien jalur yang signifikan, dalam pengambilan kesimpulan mengenai mediasi adalah sebagai berikut (Sholihin dan Ratmono, 2013):

- a. Jika koefisien jalur dari hasil estimasi signifikan dan tidak berubah maka hipotesis mediasi tidak didukung.
- b. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun tetapi signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi sebagian atau *partial mediation*.
- c. Jika koefisien jalur pada variabel mediasi nilainya turun dan menjadi tidak signifikan maka bentuk mediasi adalah mediasi penuh atau *full mediation*.

Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan bantuan perangkat komputer menggunakan *software WarpPls 7.0*. Penyajian data dalam bentuk tabel dan diagram sehingga *ouput* data dapat disajikan dengan ringkas. Alat analisis

data menggunakan adalah PLS yaitu *Partial Least Square* yang merupakan analisis persamaan struktural berbasis varian yang secara simultan dapat melakukan pengujian model pengukuran sekaligus pengujian model struktural.

Model pengukuran digunakan untuk uji validitas dan uji realibilitas, sedangkan model struktural dilakukan untuk uji kausalitas yakni pengujian hipotesis dengan model prediksi. Tahapan dari analisis PLS di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis *outer* model
- b. Analisis *inner* model
- c. Pengujian hipotesis

#### **3.5.2.1. Analisis *outer* model**

*Outer* model atau model pengukuran yang mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Variabel laten dapat diukur menggunakan indikator – indikator yang bersifat reflektif dan formatif. Perancangan model pengukuran akan menghasilkan sifat indikator dari setiap variabel laten apakah reflektif atau formatif berdasarkan definisi operasional variabel. *Outer* model yang berperan dalam menspesifikasi hubungan antara variabel laten dengan indikator atau variabel manifestnya disebut *measurement model* (Ghozali, 2014:39). Berikut adalah uji pada *outer* model atau evaluasi model pengukuran reflektif (Ghozali, 2014:54), yaitu sebagai berikut:

##### **1. Loading Faktor**

Nilai *loading* faktor adalah nilai *loading* faktor pada variabel laten dengan indikator – indikatornya. Nilai *loading* faktor harus diatas 0,5.

##### **2. Composite Reliability**

*Composite reliability* mengukur *internal consistency* dan nilainya harus diatas 0,60.

##### **3. Validitas Discriminan**

Nilai akar kuadrat dari AVE harus lebih besar daripada nilai korelasi antar variabel laten.

##### **4. Cross Loading**

Merupakan ukuran lain dari *validitas diskriminan*. Diharapkan setiap blok indikator memiliki loading lebih tinggi untuk setiap variabel laten yang diukur dibandingkan dengan indikator untuk laten variabel lainnya.

Uji *outer* model untuk evaluasi model pengukuran formatif (Ghozali,2014:72), yaitu sebagai berikut:

1. Signifikansi Nilai *Weight*

Nilai estimasi untuk model pengukuran formatif harus signifikan. Tingkat signifikan ini dinilai dengan prosedur *bootstrapping*.

2. Multikolonieritas

Variabel *manifest* dalam blok harus diuji apakah terdapat multikol. Nilai variance inflation faktor (VIF) diatas 10 untuk mengindikasikan terdapat multikol.

### 3.5.2.2. Analisis inner model

Analisa inner model atau analisa *structural* model yaitu analisa yang menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan *substantive theory* Ghozali (2014:41). Evaluasi *inner* model dapat dilihat menggunakan beberapa indikator berikut ini:

1. Uji kecocokan model (model *fit*)

Uji model *fit* ini digunakan untuk mengetahui suatu model memiliki kecocokan dengan data. Pada uji kecocokan model terdapat tiga pengujian indeks seperti *average path coefficient* (APC), *average R-square* (ARS) dan *average varians factors* (AVIV), APC dan ARS diterima dengan syarat p-value lebih kecil dari 0,50 dan AVIV lebih kecil dari 5.

2. Koefisien determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen menggunakan koefisien determinasi. Hasil  $R^2$  sebesar 0,67, 0,33, 0,19 mengindikasikan bahwa model baik, moderat dan lemah (Ghozali 2014:76).

3. *Q-square*

Model juga dievaluasi dengan melihat hasil *Q-square* prediktif relevansi untuk model konstruktif. *Q-square* untuk mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameterinya. Besaran  $Q^2$

memiliki nilai dengan rentang 0 lebih kecil dari  $Q^2$  lebih kecil dari 1, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran  $Q^2$  ini setara dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur atau *path analysis*. Nilai  $Q^2$  lebih besar dari 0 menunjukkan model memiliki prediktif relevansi, sebaliknya jika nilai  $Q^2$  lebih kecil sama dengan 0 menunjukkan model kurang memiliki prediktif relevansi. Perhitungan  $Q^2$  total dilakukan dengan rumus:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2)(1 - R_2^2) \dots \dots \dots (3.4) \text{ (Chin, 1998 : 43)}$$

### 3.5.2.3. Uji hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguraikan arah pengaruh antar variabel independent dan variabel dependennya. Pengujian menggunakan analisis jalur atau *path analysis* atau model yang telah dibuat. Hasil korelasi antar konstruksi diukur dengan melihat *path coefficient* dan tingkat signifikansinya kemudian dapat dibandingkan dengan hipotesis penelitian. Untuk mengetahui hasil uji hipotesis secara simultan *path coefficient* yang digunakan untuk melihat seberapa besar nilai setiap koefisien jalur.

Secara statistik hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan dihitung melalui tingkat signifikansinya, tingkat signifikan yang digunakan pada penelitian ini sebesar 5% dengan tingkat kepercayaan 0,05 untuk menolak suatu hipotesis. *p-value (probabilitas value)* adalah nilai probabilitas atau nilai peluang yang menunjukkan peluang untuk sebuah data untuk digeneralisasikan pada populasi yaitu sebuah keputusan yang benar 95% dan kemungkinan keputusan yang salah sebesar 5%.

$H_0$  ditolak jika *p-value* kurang dari 0,05 dan;

$H_0$  diterima jika *p-value* lebih besar atau sama dengan 0,05.

Adapun hipotesis yang diuji statistik dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Ho.1: *E-service quality* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction*.

Ha.1: *E-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-satisfaction*.

Ho.2: *E-service quality* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-trust*.

Ha.2: *E-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-trust*.

Ho.3: *E-service quality* tidak berpengaruh terhadap *e-loyalty*.

Ha.3: *E-service quality* berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty*.

Ho.4: *E-satisfaction* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty*.

Ha.4: *E-satisfaction* berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty*.

Ho.5: *E-trust* tidak berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty*.

Ha.5: *E-trust* berpengaruh langsung terhadap *e-loyalty*.

Ho.6: *E-satisfaction* tidak memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty*.

Ha.6: *E-satisfaction* memediasi pengaruh langsung *e-service quality* terhadap *e-loyalty*.

Ho.7: *E-trust* tidak memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty*.

Ha.7: *E-trust* memediasi pengaruh langsung *e-service quality* terhadap *e-loyalty*.