

ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari ditemukannya permasalahan pada rendahnya kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Rendahnya kepuasan pelanggan disebabkan oleh *e-service quality* dan iklan yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan iklan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada loyalitas pelanggan (Survey pada pelanggan aplikasi Reddoorz) secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada struktur I terdapat pengaruh secara simultan *e-service quality* dan iklan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52%, dan sisanya 48% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 26%, dan pengaruh iklan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 26%. Pada struktur II terdapat pengaruh *e-service quality* dan iklan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan secara simultan sebesar 77,7% dan sisanya sebesar 22,3 % dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan sebesar 4,6%, pengaruh iklan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 22,5%, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 50,6%.

Kata Kunci : *E-Service Quality*, Iklan, Kepuasan Pelanggan, LoyalitasPelanggan