

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran mediasi *e-satisfaction* pada pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* (studi pada konsumen Pollen Save di Shopee). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dan verifikatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner yang dibagikan kepada 90 responden yang merupakan konsumen Pollen Save. Teknik analisis data yang digunakan adalah *path analysis* dengan bantuan *software* SmartPLS 4.1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *e-satisfaction* sebesar 67,5%, *e-service quality* berpengaruh baik dan signifikan terhadap *e-loyalty* sebesar 24,1% dan *e-satisfaction* berpengaruh baik terhadap *e-loyalty* sebesar 58,9%. Selain itu, *e-satisfaction* terbukti mampu memediasi pengaruh *e-service quality* terhadap *e-loyalty* dengan kontribusi sebesar 39,8%. Dengan demikian, *e-satisfaction* terbukti menjadi variabel mediasi dalam hubungan antara *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pada Pollen Save di Shopee. Penelitian ini menegaskan pentingnya *e-service quality* guna memperkuat *e-satisfaction* dan *e-loyalty*.

Kata Kunci: *E-Service Quality, E-Satisfaction dan E-Loyalty*