

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRICE AND E-SERVICE  
QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY THROUGH  
CUSTOMER SATISFACTION  
(STUDY ON ONLINE SHOP FUTNEEDSSTORE)**

**By Hero Fariqo**

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of price and e-service quality on customer loyalty which is intervened by customer satisfaction at Futneedsstore Stores. The development of digital buying and selling transactions makes store managers continue to develop services and competitive product prices. Store managers need to get an overview of product prices and service quality to increase customer loyalty. This study uses intervention variables to explain the level of customer loyalty. The data collection technique in this study used purposive sampling with the number of respondents. The requirements for this research respondent are Futneedsstore customers who have shopped at least 2 times. The analytical test tool used is SmartPLS v.3.2.7 with the SEM (Structural Equation Modeling) analysis method. The results of this study indicate that price has a significant effect on customer satisfaction but does not have a significant effect on customer loyalty, e-service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction and customer loyalty, and customer satisfaction is proven to mediate the effect of e-service quality on customer loyalty.*

**Keywords:** *customer loyalty, customer satisfaction, price, e-service quality*

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN E-SERVICE QUALITY  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI  
KEPUASAN PELANGGAN  
(STUDI PADA ONLINE SHOP FUTNEEDSSTORE)**

**Oleh Hero Fariqo**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan yang diintervensi oleh kepuasan pelanggan Toko Futneedsstore. Perkembangan transaksi jual beli secara digital membuat pengelola toko untuk terus mengembangkan pelayanan dan harga produk yang kompetitif. Penting bagi pengelola toko untuk mendapatkan gambaran harga produk dan kualitas layanan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan variabel intervensi untuk menjelaskan tingkat loyalitas pelanggan. Teknik pengambilan data pada penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden. Syarat responden penelitian ini merupakan pelanggan Futneedsstore yang minimal pernah berbelanja sebanyak 2 kali. Alat uji analisis yang digunakan adalah SmartPLS v.3.2.7 dengan metode analisis SEM (*Structural Equation Modeling*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan terbukti memediasi pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, harga, e-service quality*