

***The Influence of Electronic Service Quality, Information Quality, and Price on  
Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction***

***By Azrina Zahra Fabianti***

***Abstract***

*Declining consumer loyalty is a major challenge in Indonesia's e-commerce industry, characterized by switching user preferences between platforms. Despite Shopee's user dominance, complaints related to e-service quality, information quality, and pricing indicate potential consumer dissatisfaction. This phenomenon is exacerbated by digital era consumers who tend to easily switch platforms or are now called zero consumers, one of which is zero loyalty. This study aims to analyze the effect of electronic service quality, information quality, and price on consumer loyalty, both directly and through customer satisfaction. The research uses quantitative methods with primary data collected from 163 Shopee users in the DKI Jakarta area. The sampling technique used purposive sampling method, with data collected through an online questionnaire using Google Form which was distributed via social media. The results showed that price has a significant effect on consumer loyalty, while information quality and electronic service quality have no direct effect on consumer loyalty. However, indirectly, e-service quality, information quality, and price affect customer loyalty through customer satisfaction.*

***Keywords:*** *E-Service Quality, Information Quality, Price, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

# **Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Informasi, dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen**

**Oleh Azrina Zahra Fabianti**

## **Abstrak**

Penurunan loyalitas konsumen menjadi tantangan utama dalam industri e-commerce Indonesia, ditandai dengan peralihan preferensi pengguna antar platform. Meski Shopee memiliki dominasi pengguna, keluhan terkait kualitas layanan elektronik, kualitas informasi, dan harga menunjukkan potensi ketidakpuasan konsumen. Fenomena ini diperburuk oleh konsumen era digital cenderung mudah beralih ke *platform* atau kini disebut konsumen nol dimana salah satunya nol loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik, kualitas informasi, dan harga terhadap loyalitas konsumen, baik secara langsung maupun melalui kepuasan konsumen. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan dari 163 pengguna Shopee di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan data dikumpulkan melalui kuesioner online menggunakan Google Form yang disebarakan melalui media sosial. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif dan inferensial dengan bantuan *software* SmartPLS 4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen, sementara kualitas informasi dan kualitas layanan elektronik tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Namun, secara tidak langsung, kualitas layanan elektronik, kualitas informasi, dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Informasi, Harga, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen