

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan perilaku konsumen dalam menggunakan layanan berbasis aplikasi, termasuk layanan transportasi online. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, perusahaan perlu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *E-trust*, *E-service quality*, dan *E-word of mouth* terhadap *E-loyalty* melalui *E-satisfaction* pada pengguna aplikasi Grab di Kota Semarang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang merupakan pengguna aplikasi Grab di Kota Semarang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *E-trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-satisfaction*; (2) *E-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-satisfaction*; (3) *E-word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-satisfaction*; (4) *E-satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-loyalty*; (5) *E-trust* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *E-loyalty*; (6) *E-word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-loyalty*. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan pengguna merupakan faktor penting dalam membentuk loyalitas pengguna aplikasi Grab. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kualitas layanan elektronik, menjaga kepercayaan pengguna, serta mendorong terciptanya ulasan dan rekomendasi positif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

Kata Kunci: *E-service quality*, *E-trust*, *E-word of mouth*, *E-satisfaction*, *E-loyalty*, *Grab*.