

## ABSTRAK

Saat ini, pertumbuhan teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang pesat sehingga menyebabkan perubahan dalam berbagai aspek seperti sosial, ekonomi hingga politik. Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis peran *E-service Quality* yang didalamnya terdapat variable; *website design, reliability, dan perceived ease of use* terhadap *customer e-retention* di mana adanya variabel *customer e-trust* dalam memediasi pengaruh *website design, reliability, perceived ease of use* terhadap *customer e-retention* pada *e-commerce*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 120 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM). Hasil dari penelitian ini adalah: (1a) *Website design* berpengaruh tidak positif terhadap *customer e-retention* dalam *online shopping*, (1b) *Website design* berpengaruh positif terhadap *customer e-trust* dalam *online shopping*, (2a) *Reliability* berpengaruh tidak positif terhadap *customer e-retention* dalam *online shopping*, (2b) *Reliability* berpengaruh tidak positif terhadap *customer e-trust* dalam *online shopping*, (3a) *Perceived ease of use* berpengaruh tidak positif terhadap *customer e-retention* dalam *online shopping*, (3b) *Perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *customer e-trust* dalam *online shopping*, (4) *Customer e-trust* berpengaruh positif terhadap *customer e-retention*, (5a) *Website design* berpengaruh tidak positif terhadap *customer e-retention* yang dimediasi oleh *customer e-trust*. , (5b) : *Reliability* berpengaruh tidak positif terhadap *customer e-retention* yang dimediasi oleh *customer e-trust*. , (5c) *Perceived ease of use* tidak berpengaruh terhadap *customer e-retention* yang dimediasi oleh *customer e-trust*.

Kata Kunci: *Website Design, Reliability, Perceived Ease Of Use, Customer E-Retention, Customer E-Trust*