

**THE INFLUENCE OF E-TRUST AND E-SATISFACTION ON INCREASING E-LOYALTY  
IN USERS OF SOCIAL COMMERCE APPLICATIONS AMONG Z GENERATION Z IN  
LAMPUNG PROVINCE**

**ABSTRACT**

**By**

**Fransiska Fely Ferdiani**

*This study aims to determine the influence of e-trust and e-satisfaction on e-loyalty in Generation Z in Lampung. The population in this study were all of the Z generations in Lampung and samples were taken from the population using the non-probability sampling method using a purposive sampling technique using a formula which ultimately obtained a sample of 220 respondents. The results showed that the variables e-trust and e-satisfaction partially had a positive and significant effect on e-loyalty in generation Z in Lampung. The results of the study also show that e-trust and e-satisfaction simultaneously have a positive and significant effect on e-loyalty in generation Z in Lampung. Meanwhile, based on the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) of 0.720 or 72%. This shows that 72% of e-loyalty can be influenced by e-trust (X<sub>1</sub>) and e-satisfaction (X<sub>2</sub>). While the remaining 28% is found in other variables that are not or were not examined in this study.*

**Keywords:** *E-Trust, E-Satisfaction, E-Loyalty, Generation Z, and Lampung Province*

**PENGARUH *E-TRUST* DAN *E-SATISFACTION* TERHADAP MENINGKATNYA *E-LOYALTY* PADA PENGGUNA APLIKASI *SOCIAL COMMERCE* KALANGAN GENERASI Z DI PROVINSI LAMPUNG**

**ABSTRAK**

**Oleh**

**Fransiska Fely Ferdiani**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *e-trust* dan *e-satisfaction* terhadap *e-loyalty* pada generasi Z di Provinsi Lampung. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi Z di Lampung dan sampel mengambil dari populasi dengan menggunakan metode pengambilan sample *non probability sampling* dengan teknik purposive sampling dengan menggunakan rumus yang akhirnya mendapatkan sampel sebesar 220 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-trust* dan *e-satisfaction* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pada generasi Z di Provinsi Lampung. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *e-trust* dan *e-satisfaction* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-loyalty* pada generasi Z di Provinsi Lampung. Sedangkan berdasarkan pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,720 atau 72%. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 72% *e-loyalty* dapat dipengaruhi oleh *e-trust* ( $X_1$ ) dan *e-satisfaction* ( $X_2$ ). Sedangkan sisanya 28% terdapat pada variabel lain yang tidak berada atau tidak diteliti pada penelitian ini.

**Kata Kunci:** *E-Trust*, *E-Satisfaction*, *E-Loyalty*, Generasi Z, Provinsi Lampung