

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pengguna dan *e-service quality* terhadap keputusan penggunaan Lazada melalui kepuasan pengguna pada UMKM knalpot di Purbalingga. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kemajuan internet memberikan dampak signifikan dalam berbagai bidang, termasuk dunia bisnis. Salah satu dampak yang terlihat adalah munculnya berbagai aplikasi atau layanan belanja online, salah satunya di sektor otomotif berbasis *mobile*. Salah satu layanan online shop di Indonesia adalah Lazada. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan bantuan perangkat lunak SPSS 27 dan SmartPLS 03. Teknik analisis yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, analisis *Outer Model*, validitas konvergen, validitas diskriminan, reliabilitas komposit, analisis Inner Model, *r-square*, *q-predictive relevance*, *quality index*, dan uji Sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pengguna berpengaruh terhadap keputusan penggunaan, namun *e-service quality* tidak berpengaruh terhadap keputusan penggunaan. Selain itu, ditemukan pengaruh pengalaman pengguna terhadap kepuasan pengguna, pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pengguna, pengaruh kepuasan pengguna terhadap keputusan penggunaan, serta kepuasan pengguna yang dapat memediasi pengaruh pengalaman pengguna dan *e-service quality* terhadap keputusan penggunaan.

Kata kunci: pengalaman pengguna, *e-service quality*, keputusan penggunaan, kepuasan pengguna, Lazada.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of user experience and e-service quality on Lazada usage decisions through user satisfaction at exhaust MSMEs in Purbalingga. In recent years, technology has developed very rapidly. The advancement of the internet has had a significant impact in various fields, including the business world. One of the visible impacts is the emergence of various online shopping applications or services, one of which is in the mobile-based automotive sector. One of the online shop services in Indonesia is Lazada. The method used is quantitative method with the help of SPSS 27 and SmartPLS 03 software. The analysis techniques applied include validity test, reliability test, Outer Model analysis, convergent validity, discriminant validity, composite reliability, Inner Model analysis, r-square, q-predictive relevance, quality index, and Sobel test. The results showed that user experience affects usage decisions, but e-service quality has no effect on usage decisions. In addition, the effect of user experience on user satisfaction, the effect of e-service quality on user satisfaction, the effect of user satisfaction on usage decisions, and user satisfaction can mediate the effect of user experience and e-service quality on usage decisions.

Keywords: user experience, e-service quality, usage decision, user satisfaction, Lazada.