

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of E-Service Quality, customer value and brand trust on traveloka customer loyalty in Trosobo Village, Taman District, Sidoarjo Regency. This research is descriptive and uses quantitative methods. With a total sample of 112, and the sampling technique is Accidental Sampling. E-Service Quality variable tcount is 1.046 with a sig value of 0.004, customer value variable tcount is 1.654 with a sig value of 0.001 and a brand trust variable of tcount is 2.517 with a sig value of 0.013. While the results obtained from the F test (simultaneous) are 3,046 with sig. is 0.032. Which means that E-Service Quality, customer value, and brand trust have a positive and significant effect on customer loyalty.*

**Keywords:** *E-Service Quality, Customer Value, Brand Trust, and Customer Loyalty*

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality*, *customer value* dan *brand trust* terhadap loyalitas pelanggan traveloka di Desa Trosobo Kecamatan Taman Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini bersifat deskriptif dan menggunakan metode kuantitatif. Dengan jumlah sampel 112, dan teknik pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling*. Variabel *E-Service Quality*  $t_{hitung}$  sebesar 1,046 dengan nilai sig sebesar 0,004, variabel *customer value*  $t_{hitung}$  sebesar 1,654 dengan nilai sig sebesar 0,001 dan variabel *brand trust* sebesar  $t_{hitung}$  sebesar 2,517 dengan nilai sig sebesar 0,013. Sedangkan hasil yang diperoleh dari uji F (simultan) adalah 3,046 dengan sig. Adalah 0,032. Yang artinya *E-Service Quality*, *customer value*, dan *brand trust* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Kata kunci:** *E-Service Quality*, *Customer Value*, *Brand Trust*, dan Loyalitas pelanggan