

ABSTRAK

Teknologi informasi telah membuka babak baru dalam perkembangan informasi di era digital ini. Selain digunakan untuk mengakses berbagai informasi, teknologi informasi dapat digunakan sebagai alat pembayaran, perdagangan, pemasaran, pelayanan dan pendidikan yang dapat digunakan untuk keperluan pribadi ataupun bisnis. *Smartphone* adalah salah satu contoh nyata perkembangan teknologi informasi yang sangat bermanfaat pada kehidupan manusia lewat aplikasi-aplikasinya.

Penelitian ini dilakukan di PT. *Zomato* Media Indonesia dengan mengukur pengaruh antara *E-Service Quality* sebagai variabel independen dengan *Perceived Service Value* juga *Customer loyalty* sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dengan sampel sebanyak 400 responden dan jenis penelitian deskriptif kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara online dan fisik. Metode analisis yang digunakan adalah metode *Structural Equation Modelling* dengan tipe *Partial Least Square*.

Penelitian ini menemukan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Perceived Service Value* juga *Customer Loyalty Zomato*, dimana *E-Service Quality* dapat mendorong loyalitas dari para pengguna *Mobile Apps Zomato*.

Kata kunci: *Customer Loyalty, E-Service Quality, Perceived Service Value*