

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat menyebabkan teknologi berperan sangat penting dalam seluruh kehidupan masyarakat. Salah satu manfaat dari kemajuan teknologi yang dirasakan oleh masyarakat Indonesia saat ini adalah adanya digitalisasi pada layanan pesan-antar makanan (*food delivery*) yang semakin populer. *GrabFood* merupakan salah satu layanan pada aplikasi *Grab* yang menguasai pasar layanan pesan-antar makanan daring di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh *e-service quality* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *GrabFood*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *Google Form* kepada 100 orang responden yang merupakan pengguna aplikasi *Grab* dan menggunakan layanan *GrabFood*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dan diolah menggunakan *Software SPSS ver. 25*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *e-service quality* dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan *GrabFood*, baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 61,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh *E-Service Quality* dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada layanan *GrabFood* sebesar 61,9% dan sisanya sebesar 38,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Food Delivery*, *E-Service Quality*, Promosi, Kepuasan Pelanggan.