

Abstrak

Perkembangan era digital memudahkan aktivitas serta pekerjaan diberbagai bidang karena hadirnya jaringan internet, media sosial, perangkat digital, dan platform digital. Salah satu bisnis yang mulai menggunakan teknologi adalah bisnis kedai kopi. Perusahaan modal ventura semakin banyak yang menyuntik modal ke kedai kopi. Adanya para investor tersebut membuat kecepatan bisnis kafe lebih cepat. Salah satunya diawali dengan menerapkan inovasi komputerisasi pada operasionalnya (Adventa, 2019). Starbucks Corporation adalah perusahaan kopi Amerika dan jaringan kafe di seluruh dunia yang berlokasi di Seattle, Washington. Starbucks meluncurkan aplikasi yang bisa di download dari toko aplikasi ataupun playstore. Namun masih terdapat beberapa review buruk dari para pengguna. Salah satunya adalah adanya masalah ketika pengguna akan melakukan top up. Tujuan penelitian ini ialah guna mengetahui pengaruh e-service quality bagi e-satisfaction yang dimediasi oleh e-trust pada aplikasi starbucks id di Indonesia. Jenin penelitian ini ialah kuantitatif dengan analisis deskriptif. Jumlah responden pada penelitian ini adalah 385 responden yang disebar kepada pengguna aplikasi Starbucks ID di Indonesia. Hasilnya ialah e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction. E-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-trust. E-trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction. Dan e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction dimediasi oleh e-trust.

Kata Kunci: *E-Service Quality, E-Satisfaction, E-Trust, Starbucks ID*