

ABSTRAK

Meningkatnya penggunaan internet di kalangan masyarakat serta dengan meningkatnya kasus COVID-19 di DKI Jakarta membuat masyarakat menjadi kesulitan untuk melakukan pembelian makanan secara langsung dan segera beralih menggunakan layanan *online*. ShopeeFood merupakan fitur layanan pesan antar makanan *online* yang menyediakan transaksi jual beli makanan dan minuman secara *online*. Dengan adanya fitur pesan antar makanan secara *online* dapat memudahkan masyarakat untuk membeli makanan secara cepat dan mudah tanpa harus melakukan perjalanan yang jauh. Hal ini tentunya mempengaruhi seberapa besar *e-service quality* yang diberikan oleh ShopeeFood terhadap *e-customer satisfaction* serta *e-customer loyalty* dengan menggunakan layanan pesan antar makanan secara *online* pada ShopeeFood.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *e-service quality* yang ditawarkan oleh ShopeeFood kepada pengguna layanan pesan antar makanan *online* dan bagaimana pengaruhnya terhadap *e-customer satisfaction* dan *e-customer loyalty* pada layanan ShopeeFood secara keseluruhan.

Metode Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner secara *online* melalui *social media* yang diperoleh sebanyak 417 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan *software* SPSS versi 27 dalam melakukan pengolahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *e-customer satisfaction* serta *e-service quality* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap *e-customer loyalty* pada layanan ShopeeFood.

Kata kunci : *E-Service Quality; E-Customer Satisfaction; E-Customer Loyalty*