

## ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri *e-commerce* di Indonesia dibuktikan dengan semakin banyaknya toko online dan kuatnya *emerging market*. *E-commerce* itu sendiri adalah bisnis perusahaan yang menggambarkan elektronik komersial dengan menggunakan kerangka dan alat elektronik dasar. Shopee merupakan salah satu dari banyak pihak yang memanfaatkan peluang bisnis *e-commerce* dengan memidik segmen *mobile marketplace* melalui *mobile app*-nya untuk mempermudah transaksi, layanan belanja dan jual beli melalui perangkat *mobile*. Shopee memberikan manfaat bagi para pengusaha UMKM dalam mengembangkan usahanya, terlebih saat ini Indonesia sudah memasuki era digitalisasi 5.0. Dengan pembelian secara online, layanan yang diberikan bahkan diberikan dari jarak jauh melalui fitur *chat*, gambar dan fitur lainnya dalam bentuk digital atau bisa juga disebut dengan *e-service*. Namun, dalam perihal kualitas pelayanan, dapat dikatakan bahwa Shopee masih terbilang memiliki kekurangan dibandingkan dengan pesaing ecommerce lain, sehingga menjadi permasalahan yang sering ditemui ketika menggunakan aplikasi Shopee yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan ketika menggunakan aplikasi Shopee.

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui bagaimana pengaruh *e-service quality* dan *e-recovery service quality* terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini guna untuk dapat membenahi berbagai permasalahan yang ada pada aplikasi Shopee untuk dapat meningkatkan kembali kepuasan pelanggan ketika berbelanja online menggunakan aplikasi Shopee.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan penyebaran kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 400 responden pengguna aplikasi *ecommerce* Shopee. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *Satistical Product and Service Solution* (SPSS).

**Kata Kunci:** *E-Service Quality*, *E-Recovery Service Quality*, Kepuasan Pelanggan, *Ecommerce*, Shopee.