

## ABSTRAK

Datangnya era globalisasi membawa dampak dan juga pengaruh yang besar terhadap tatanan dunia yang salah satunya pada sektor bisnis. Didasari oleh pesatnya perkembangan teknologi dan meningkatnya penggunaan platform digital dalam industri bisnis, maka pada industri bisnis makanan dan minuman juga cukup berkembang di Indonesia, khususnya layanan pengantaran makanan seperti ShopeeFood. Di tengah persaingan yang semakin ketat, penting bagi perusahaan untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan pelanggan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas mereka. *Digital marketing* dan *service quality* dianggap sebagai dua elemen kunci yang dapat mempengaruhi *customer satisfaction* dan *customer engagement*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah responden pada penelitian ini adalah 150 orang. Analisis menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebarluaskan melalui *Google Form*. Teknik analisis data menggunakan SEM PLS dengan bantuan *software* SmartPLS 3.2.9.

Berdasarkan hasil penelitian ini, variable *digital marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*, *digital marketing* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap *customer engagement*, *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer satisfaction*, *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer engagement*, *customer satisfaction* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer engagement*, *digital marketing* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer engagement* melalui *customer satisfaction*, dan *service quality* berpengaruh secara signifikan terhadap *customer engagement* melalui *customer satisfaction*.

ShopeeFood dapat meningkatkan *digital marketing* yang lebih baik dengan meningkatkan dan memberikan platform-platform dalam pengiklanan dan promosi layanan ShopeeFood seperti promo menarik dan konten yang lebih menarik, ShopeeFood harus konsisten mempertahankan dua elemen kunci yaitu *digital marketing* dan *service quality* untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *Customer Engagement, Customer Satisfaction, Digital Marketing, Service Quality*