

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang sangat pesat semakin mendorong berbagai macam perubahan sistem seperti sistem perdagangan maupun cara bertransaksi. Munculnya berbagai toko *online* di instagram menuntut perusahaan untuk melakukan inovasi dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan secara elektronik melalui internet atau yang dikenal dengan *e-service quality* yang akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui harapan terhadap *e-service quality* pada Ainoheartshop.

Penelitian ini menggunakan metode pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dan *importance performance analysis*. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen Ainoheartshop dengan menggunakan teknik *purposive sampling* kepada sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini diperoleh berupa tingkat kepuasan konsumen atas persepsi layanan *online* yang diberikan oleh Ainoheartshop rata-rata mencapai 86.1%. Hal ini menunjukkan masih terdapat kesenjangan antara nilai yang dipersepsikan pelanggan dengan harapan pelanggan sebesar -0.24 sedangkan pada analisis *importance performance analysis* terdapat 4 atribut dari 3 dimensi yang harus diperbaiki dan ditingkatkan.

Kata kunci : *E-service Quality*, kepuasan pelanggan, *Importance Performance Analysis*