

## ABSTRAK

Bisnis *e-commerce* semakin berkembang dalam berbagai macam segmen terutama di Indonesia. Shopee merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* yang berkembang dengan baik walaupun belum lama berdiri. Perkembangan Shopee juga disertai dengan interaksi keluhan pelanggan yang fluktuatif setiap harinya.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh dari kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Bandung. Penelitian terdahulu mengenai *e-service quality* memiliki beberapa perbedaan akan pengaruh dari setiap dimensi. Dimensi *e-service quality* dalam penelitian ini mengacu pada Cetinsoz (2015) yang menggunakan dimensi dari Parasuraman et al. (2005) yaitu *efficiency, system availability, fulfilment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*. Penelitian ini juga mengevaluasi pengaruh setiap dimensi *e-service quality* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 400. Responden dalam penelitian ini merupakan pelanggan Shopee di Bandung dengan *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan dimensi *e-service quality* yaitu *efficiency, system availability, fulfilment, privacy, dan responsiveness* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan *compensation* dan *contact* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi *privacy* memiliki pengaruh paling tinggi terhadap kepuasan pelanggan Shopee di Bandung.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah *privacy* memiliki pengaruh tertinggi tetapi belum mendapatkan penilaian tertinggi dari responden. Oleh karena itu saran yang dapat disampaikan untuk meningkatkan *privacy* dari Shopee. *Efficiency* mendapatkan penilaian tertinggi dari responden oleh karena itu harus dipertahankan karena memiliki pengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : kualitas layanan elektronik, kepuasan pelanggan, *e-commerce*