

## ABSTRAK

Penggunaan internet mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal ini terjadi karena internet merupakan sekumpulan jaringan komputer yang dapat menghubungkan berbagai situs seperti perorangan, pemerintah, akademik, organisasi hingga komersial. Dampak dari perkembangan penggunaan internet ini mampu mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia, termasuk dalam hal membeli makanan melalui *mobile application* jasa transportasi *online*. Penyedia jasa transportasi *online* perlu menciptakan aplikasi dengan berbagai fitur guna kenyamanan pengguna.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari dimensi *e-servicescape* terhadap *repurchase intention* melalui *trust* sebagai variabel intervening. Objek penelitian ini adalah layanan pesan-antar makanan pada aplikasi mobile yaitu Grab Food. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna layanan Grab Food di Indonesia dengan sampel 400 responden yang pernah melakukan pembelian produk melalui Grab Food di Indonesia yang didapat dengan menggunakan teknik purposive sampling. Sampel didapatkan dari penyebaran kuesioner *online* melalui Google Form.

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian adalah dimensi *e-servicescape* yaitu: *aesthetic appeal*, *layout and functionality*, dan *financial security*. Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah *repurchase intention* dan *trust* sebagai variabel intervening. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* dengan jenis *Covariance Based Structural Equation Modelling* (CB-SEM). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, *E-servicescape* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* melalui variabel *trust*.

**Kata Kunci:** *aesthetic appeal*, *e-servicescape*, *financial security*, *layanan pesan-antar makanan*, *layout and functionality*, *repurchase intention* dan *trust*.