

Abstrak

GoFood merupakan layanan pesan antar makanan secara *online* pada aplikasi Gojek yang memimpin pangsa pasar di Indonesia dengan pertumbuhan transaksi yang melebihi transaksi layanan transportasinya dan memiliki *brand identity* paling tinggi, tidak menjamin adanya kepuasan pada pengguna GoFood. Terdapat beberapa keluhan dari konsumen terkait dengan masalah yang dirasakan dalam penggunaan layanan GoFood, seperti layanan GoFood tidak bertanggung jawab dalam mengantarkan pesanan makanan. Hal ini juga didukung dengan hasil pra-survei, menunjukkan terdapat permasalahan pada layanan yang diberikan GoFood. Jika masalah ini dibiarkan, maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan mengakibatkan menurunnya loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-trust* terhadap *e-customer loyalty* pada pengguna layanan GoFood di Indonesia selama masa pandemi *Covid-19* melalui *e-customer satisfaction* sebagai variabel *intervening*.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* sejumlah 100 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Structural Equity Modeling* (SEM) yang diolah dengan software SmartPLS.

Hasil penelitiannya membuktikan jika *e-trust* tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer satisfaction*, *e-customer satisfaction* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty*, *e-trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *e-customer loyalty* melalui *e-customer satisfaction*.

Kata Kunci: *E-Trust, E-Customer Satisfaction, E-Customer Loyalty*