

## **Abstrak**

Perkembangan e-commerce juga dipicu berbagai tawaran produk yang ditawarkan kepada masyarakat karena mudah, menarik dan jasa layanan online yang menarik. Hal ini membuat para pelaku usaha-usaha menggunakan e-commerce untuk menjual produknya kepada masyarakat dengan alasan lebih efektif dan efisiensi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh e-service quality terhadap brand awareness terhadap keripik beling di aplikasi shopee. Karena terjadinya covid-19 maka konsumen tidak bisa membeli produk secara langsung harus membeli dari rumah, maka dari konsumen harus mencari produk yang terpercaya agar barang yang dibeli datang ke konsumen tersebut. Alat utama pengumpulan data menggunakan kuesioner penyebaran secara online, pengukuran data menggunakan skala likert dengan jumlah responden 100 orang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi sederhana.

Peneliti menggunakan alat bantu untuk menghitung menggunakan Microsoft excel, SPSS Versi 26 Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel E-Service Quality (X) dengan variabel Brand Awareness (Y). pengaruh variabel bebas memiliki persentase 82% dan variabel terikat memiliki hasil persentase 81,3%.

**Kata Kunci:** Shopee, E-Service Quality Dan Brand Awareness