

## ABSTRAK

Shopeefood merupakan fitur dari aplikasi Shopee yang menawarkan layanan pesan antar makanan sesuai dengan permintaan pengguna aplikasi. Shopeefood telah ada sejak April, 2020 di aplikasi Shopee, yang dimana memiliki fungsi dan tujuan yang sama dengan layanan pesan antar lainnya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Promosi merupakan salah satu bentuk variabel yang terdapat pada program pemasaran dan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. urgensi penelitian dengan menggunakan E-Service Quality dengan obyek shopee food adalah shopee food merupakan bagian dari aplikasi shopee yang saat ini banyak sekali digunakan oleh masyarakat. Pelayanan shopee food berbea tergantung driver yang memberikan pelayanan. Promosi juga berpengaruh terhadap keputusan konsumen unutup melakukan transaksi pada layanan *food delivery* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh E-Sevice Quality dan promosi terhadap kepuasan pelanggan shopeefood.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Populasi penelitian ini adalah orang yang menggunakan aplikasi shopee food, sedangkan sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang. Hasil penelitian yang diperoleh adalah E-Service Quality yang diberikan oleh pihak shopeefood sudah sangat baik sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan, dan variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Hasil pada penelitian ini adalah berdasarkan uji f simultan menunjukkan nilai signifikansi koefisien regresi sebesar 0,000. Nilai  $0,000 < 0,05$  maka dapat diketahui jika hipotesis diterima. Nilai signifikansi variabel promosi sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka dapat diartikan pada penelitian ini hipotesis diterima. Berdasarkan hasil uji t parsial dapat diketahui jika nilai signifikansi E-Sevice Quality sebesar  $0,00 < 0,05$ , maka dapat diartikan pada penelitian ini hipotesis diterima. Terdapat pengaruh yang signifikan antara *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood. Terdapat pengaruh promosi terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood. Terdapat Pengaruh Promosi *E-Service Quality* dan promosi terhadap kepuasan pelanggan ShopeeFood.

Saran yang diberikan oleh peneliti diperuntukan kepada peneliti selanjutnya dan perusahaan. Bagi peneliti selanjutnya berdasarkan hasil penelitian dari analisis deskriptif dapat diketahui jika rata-rata tidak setuju dengan item yang pertanyakan Oleh karena itu peneliti selanjutnya dapat untuk menyusun item yang sesuai dengan kondisi di lapangan supaya memperoleh hasil yang maksimal pada kegiatan penelitian. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diharapkan perusahaan shopee dapat memberikan pelayanan supaya lebih baik dan memberikan kepuasan kepada pelanggan

Kata Kunci : E-Sevice Quality, Promosi, Kepuasan Pelanggan