

ABSTRAK

Shopee memiliki fitur Shopee Food, hal ini membuatnya menarik karena Shopee merupakan *e - commerce* pertama yang mempunyai *online food delivery*. Sehingga Shopee tidak perlu bersaing dengan *e - commerce* lainnya, melainkan bersaing dengan Go Food dan Grab Food. Hal ini juga didukung dengan hasil pra-survey yang menunjukkan adanya permasalahan pada pelayanan dari Shopee Food yang bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E – Service Quality* dan *E – Trust* terhadap Kepuasan Pelanggan melalui fitur Shopee Food pada UMKM di Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Pengumpulan data melalui kuisioner dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden yang merupakan seseorang atau kelompok yang menggunakan *e – commerce* Shopee Food dalam membeli produk UMKM di wilayah Bandung. Data selanjutnya diolah menggunakan aplikasi SPSS 25 *for Windows*.

Hasil analisis deskriptif dalam penelitian ini variabel *e – service quality* mendapatkan presentase sebesar 78,5% termasuk dalam kategori baik, variabel *e – trust* sebesar 81,3% termasuk dalam kategori baik, dan variabel kepuasan pelanggan sebesar 74,5% termasuk dalam kategori baik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *e – service quality* (X1) dan *e – trust* (X2) memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan melalui fitur shopee food pada UMKM di Bandung (Y).

Kata Kunci : *E – service quality*, *E – trust*, Kepuasan pelanggan.