

## ABSTRAK

ITTS Mart merupakan salah satu aplikasi e-commerce yang dibuat dan dikembangkan oleh Institut Teknologi Telkom Surabaya (ITTS) sebagai sebuah wadah yang memudahkan warga kampus dan pengguna untuk melakukan transaksi jual beli sayur dan buah-buahan. Penelitian ini menguji tingkat kepuasan pelanggan pada penggunaan aplikasi dan sejauh mana tingkat loyalitas pelanggan agar pelanggan dapat melakukan pembelian ulang terus menerus. Model yang dipakai pada penelitian ini merupakan model E-Servqual dengan tiga pengolahan data yaitu Uji GAP, *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Structural Equation Modeling* (SEM), karena ketiga pengolahan data tersebut dapat digunakan untuk menguji hubungan antar variabel yang diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang persepsi dan harapan pelanggan terkait ITTS Mart, serta memberikan rekomendasi yang berharga untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna secara keseluruhan. Hasil penelitian didapatkan bahwa pengukuran tingkat kepuasan dan loyalitas dari aplikasi ITTS-Mart masih perlu untuk ditingkatkan kembali dengan nilai Uji *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada aplikasi ITTS-Mart didapatkan hasil senilai 80,6% atau dapat dikatakan bahwa pengguna aplikasi ITTS-Mart sudah puas terhadap layanan aplikasi, hasil uji GAP pada aplikasi ITTS-Mart senilai 1,13 yang dapat dikatakan bahwa kualitas aplikasi ITTS-Mart sudah baik kemudian faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna aplikasi ITTS-Mart yaitu ada pada variabel Kepuasan (*Satisfaction*) dengan nilai *P-Value* pada hipotesis ini adalah 0,000. Sehingga masih perlu adanya perhatian khusus dalam melakukan perbaikan serta evaluasi terkait aplikasi ITTS-Mart agar memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

**Kata Kunci:** ITTS Mart, *E-Servqual*. Aplikasi, Kepuasan, Loyalitas