

ABSTRAK

Pembayaran elektronik adalah metode pembayaran yang menggunakan layanan internet sebagai perantara. Saat ini, ada banyak *startup* yang memfasilitasi penjual dan pembeli dengan menjamin keamanan transaksi melalui sistem digitalisasi. Pihak-pihak yang terlibat dalam proses transaksi dapat mentransfer dan menerima uang dari pihak lain kapan saja dan di mana saja. Salah satu metode pembayaran elektronik adalah aplikasi OVO yang merupakan aplikasi keuangan pintar, aplikasi ini berupaya mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait pembayaran tunai dan mobile. Penulis tertarik untuk menjadikan OVO sebagai objek penelitian, karena pertumbuhan *e-money* sangat bertumbuh dengan pesat. Maka dari itu perusahaan startup menerapkan suatu kebijakan-kebijakan yang strategis menyangkut pelayanan guna mengantisipasi adanya iklim persaingan yang semakin kompetitif demi kepuasan pengguna, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimana pengaruh *efficiency, fulfillment, privacy, responsiveness, contact* dan *design* terhadap *E- customer satisfaction*.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan memperoleh data melalui kuesioner sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* dan *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda yang diolah dengan SPSS versi 22.

Hasil yang didapat dari penelitian ini melalui uji F simultan lebih dari F hitung dengan demikian variabel bebas *efficiency, fulfillment, privacy, responsiveness, contact*, dan *design* secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat *E-customer satisfaction*.

Berdasarkan uji t parsial variabel *efficiency* dan *contact* tidak memiliki pengaruh yang signifikan hal tersebut ditunjukkan oleh hasil uji t dengan nilai koefisien regresi yang sedangkan untuk variabel bebas *fulfillment, privacy, responsiveness*, dan *design* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E- Customer Satisfaction*.

Kata Kunci: *E-Money, E-Service Quality, E- Customer Satisfaction*