

ABSTRAK

Berkembangnya teknologi di Indonesia memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi secara *online*. PT Maresto Inovasi Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang IT dan mengikuti perkembangan kemajuan teknologi. Dalam hal tersebut PT Maresto Inovasi Indonesia memiliki tujuan agar para pemangku usaha terutama dalam bidang *Food & Beverages* bisa mendapatkan data pendapatan bersih yang rapih, dan para konsumen bisa melakukan pemesanan dengan mudah. Penelitian ini juga dilatarbelakangi oleh banyaknya pengguna aplikasi Maresto yang masih belum menonaktifkan akunnya. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengambil judul “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maresto Bandung Tahun 2023”

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden terhadap *E-Service Quality* pada aplikasi Maresto, untuk mengetahui bagaimana Kepuasan Pelanggan pada aplikasi Maresto, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi Maresto.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pengumpulan data kuesioner. Sampel yang digunakan yaitu *nonprobability sampling*. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dari 100 responden dari karakteristik pelanggan pengguna aplikasi dan pengguna aplikasi itu sendiri. Serta data sekunder yang dipakai yaitu jurnal, skripsi, buku, internet, penelitian terdahulu dan sumber lainnya yang mendukung konsep teoritis dan variabel penelitian yang dilakukan. Data hasil kuesioner akan dianalisis dengan menggunakan Analisis Deskriptif, Uji Normalitas, dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian yang didapat mengungkapkan besarnya nilai variabel *E-Service Quality* (X) dalam kategori sangat baik, sedangkan nilai Kepuasan Pelanggan (Y) dalam kategori sangat baik. Adanya pengaruh *E-Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari hasil perhitungan Uji Regresi Linear Sederhana bahwa nilai signifikansi lebih kecil dari probabilitas. Besaran pengaruh variabel *E-Service Quality* berada pada presentase korelasi erat.

Kata Kunci : *E-Service Quality, Customer Satisfaction Index, Kepuasan Pelanggan*