

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY*, *CUSTOMER BONDING*, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN JASA
SHOPEE FOOD DI KOTA YOGYAKARTA**

PIUS ANDRAGAUNG BINAR SURYANDARU

NIM 141180251

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

141180251@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *e-service quality*, *customer bonding*, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian survei dengan alat pengumpulan data berupa kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa layanan *shopee food* di Kota Yogyakarta. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari jawaban 100 responden dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t secara parsial. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1) *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 2) *Customer Bonding* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, 3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kata Kunci : *E-Service Quality*, *Customer Bonding*, Promosi, Kepuasan Pelanggan, *Shopee Food*