

**ABSTRACT*****EFFECT OF E-SERVICE QUALITY ON E-COMMERCE CUSTOMER SATISFACTION IN INDONESIA*****ADI SAPUTRA SIRAIT  
18411186**

*This study aims to determine the effect of e-service quality on e-commerce customer satisfaction in Indonesia. The primary data used in this writing is a questionnaire. The independent variables in this paper are efficiency, privacy, responsiveness, contact, and fulfillment, while the dependent variable is customer satisfaction. The analytical method used in this study is multiple regression analysis with the help of the SPSS program. The research sample consisted of 150 questionnaire respondents, with the hair et al technique as a sampling method. The results of this study indicate that the variables of efficiency and contact have a significant positive effect on customer satisfaction, while the variables of privacy, responsiveness, and fulfillment have no effect on customer satisfaction.*

***Keywords: E-service quality, customer satisfaction, financial literacy, Indonesian Technocrat University.***

**ABSTRAK****PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN *E-COMMERCE* DI INDONESIA****ADI SAPUTRA SIRAIT  
18411186**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pelanggan *e-commerce* di Indonesia. Data primer yang digunakan dalam penulisan ini berupa kuesioner. Variabel *independen* dalam penulisan ini adalah *efisiensi, privasi, responsive, contact, dan fullfilment*, sedangkan variabel *dependennya* adalah kepuasan pelanggan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan bantuan program SPSS. Sampel penelitian ini terdiri dari 150 responden keusioner. dengan teknik *hair et al* sebagai metode pengambilan sampel. Hasil penelitian inimenunjukkan variabel *efisiensi*, dan *contact* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel *privasi, responsive, dan fullsilment* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata kunci:** *E-service quality*, kepuasan pelanggan, literasi keuangan,  
Universitas Teknokrat Indonesia.