

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*  
TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA *GRAB-FOOD* DARI GENERASI Z**

**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**Salsabilla Aryshia Putri**

**NIM. 111811133059**

**Fakultas Psikologi**

**Universitas Airlangga**

**SURABAYA**

**2022**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*  
TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA *GRAB-FOOD* DI MASA DARI GENERASI Z**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

Universitas Airlangga Surabaya

Disusun Oleh:

**SALSABILLA ARYSHIA PUTRI**

**NIM. 111811133059**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**SURABAYA**

**2022**

## LEMBAR PERNYATAAN



### LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam Skripsi yang saya peroleh dari hasil karya tulis orang lain, telah saya tuliskan sumbernya dengan jelas, sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah.

Apabila pada kemudian hari ditemukan adanya plagiarisme dalam Skripsi saya, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang telah saya sandang beserta segala konsekuensinya, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sidoarjo, 12 Juni 2022

Menyetujui



Salsabilla Aryshia Putri

NIM. 111811133059

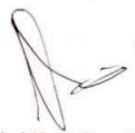
## HALAMAN PERSETUJUAN

### HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*  
TERHADAP *E-SATISFACTION* PADA PENGGUNA *GRAB-FOOD* DI MASA PANDEMI COVID-19**

Surabaya, 08 Juni 2022

Skripsi ini telah disetujui oleh  
Dosen Pembimbing Penulisan Skripsi



Prof. Dr. Cholichul Hadi, Drs., M.Si., Psikolog

(NIP. 196403231989031002)

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji pada hari Rabu,  
06 Juli 2022 dengan susunan Dewan penguji

Ketua,

Dr. Fajrianti, M.Psi., Psikolog  
NIP. 196803081998022001

Sekretaris,

Reza Lidia Sari, S.Psi., M.Si.  
NIP. 199010172019032024

Anggota,

Prof. Dr. Cholichul Hadi, Drs., M.Si., Psikolog  
NIP. 196403231989031002

## HALAMAN MOTTO

*“Even here. while you are still on the journey,  
you are free to be proud of your progress”*

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini dipersembahkan untuk Ibuk, Suami, Anak, Mbah Uti, Ayah, dan seluruh keluarga yang hingga saat ini memberikan dukungan, kekuatan, serta kasih sayang terhadap saya. Begitu juga untuk sahabat dan teman saya yang selalu menyemangati dan membantu saya hingga skripsi ini selesai. Serta ucapan terima kasih pada diri saya sendiri, yang mampu dan kuat berjuang melewati ini semua hingga akhir.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah, yang telah memberikan penulis rahmat dan karunia-Nya, hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan bagian dari proses hidupnya untuk menghasilkan karya ilmiah dan menamatkan jenjang perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, penyelesaian skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak dan orang-orang terkasih yang telah membantu penulis. Dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Suryanto, M.Si., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
2. Dr. Rahkman Ardi, M.Psych. selaku dosen wali penulis selama berkuliah di Fakultas Psikologi Universitas Airlangga.
3. Prof. Dr. Cholichul Hadi, Drs., M.Si., Psikolog selaku dosen pembimbing penulisan skripsi. Terima kasih telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu kelancaran selama proses penyusunan skripsi.
4. Dr. Fajrianthi, M.Psi., Psikolog, selaku ketua dosen penguji skripsi saya. Terima kasih juga telah membantu saya dalam menyusun skripsi.
5. Seluruh jajaran dosen dan karyawan Fakultas Psikologi Universitas Airlangga atas ilmu serta bantuan yang tidak dapat tergantikan harganya.
6. Seluruh responden yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya berpartisipasi dalam penelitian ini.
7. Ibu Amayda Widiyasisca, selaku orang tua yang sangat berjasa dalam hidup penulis. Terima kasih telah membesarkan dan merawat dengan penuh kasih sayang. Selain itu, terima kasih telah menjadi orang tua yang bertanggung jawab dan penuh inspirasi, sehingga penulis dapat berada di titik ini.

8. Ayah Rian Surachmad, selaku orang tua yang penulis sayangi. Terima kasih atas semangat yang telah diberikan kepada penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan mudah.
9. Suami Aditya Indra Putra Mualim, yang sangat dicintai. Terima kasih atas dukungan dan jasanya yang sangat berharga. Telah banyak perjalanan hidup yang dilalui bersama, bahkan hingga di titik ini terima kasih tetap setia menemani dan menjadi tempat bersandar. Selain itu, penulis ucapkan terima kasih kepada Anakku Syareefa yang mampir kedalam kehidupan saya meski singkat. Terima kasih, karena berkatmu penulis memiliki motivasi yang kuat dan besar untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Mbah Uti Nur Aisyah, selaku nenek yang berhati mulia telah memberikan kasih sayang dan perhatian kepada cucunya. Penulis mengucapkan terima kasih telah merawat serta mendoakan penulis dengan tulus.
11. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan, kepada Bapak mertua Lukman Mualim dan Ibu mertua Ros yang telah memberikan dukungan moril sehingga penulis tetap semangat dalam penulisan skripsi ini sampai selesai.
12. Seluruh keluarga yang telah memberikan do'a dan dukungan kepada penulis serta telah banyak memberikan bantuan selama proses penelitian.
13. Catharina Axelsia, sebagai sahabat terbaik yang berkontribusi besar dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah berjuang dan berproses dari suka maupun duka bersama. Selain itu, terima kasih selalu menjadi pendengar yang baik dan selalu ada hingga titik ini.
14. Anisa Nur Aini, selaku sahabat dekat yang sejak dulu telah menemani dan mengerti penulis. Terima kasih telah memberikan semangat dan dukungan meski penulis titik terendah.

15. Alin, Attia, Dila, selaku sahabat penulis sejak SMP. Terima kasih turut berpartisipasi dalam warna hidup penulis dan memberikan banyak saran maupun kritik yang berarti.
16. Mala, Almas, Irma, selaku sahabat penulis sejak SD. Terima kasih atas perhatian dan dukungan yang diberikan kepada penulis, hingga saat ini penulis dapat menyelesaikan skripsi.
17. Dita, Teresna, Ida, Anas, Rayda, Dewi, Devia, Liana, Nabila, menjadi sahabat penulis selama di perkuliahan. Terima kasih atas saran, kritik, bantuan, motivasi, dan perjuangan yang telah dilakukan bersama-sama.
18. Meidina, Maya, SKWN, selaku sahabat yang selalu memberikan canda tawa kepada penulis. Terima kasih telah membuat jiwa penulis tetap waras dan memberikan banyak ide yang bermanfaat.
19. Sikureung'18 selaku teman saman penulis selama kuliah. Terima kasih atas pengalaman berharga yang tidak akan pernah terulang. Terima kasih telah berbagi ilmu dan pengetahuan bersama, serta saling membantu disaat penulis butuhkan.

## DAFTAR ISI

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| HALAMAN SAMPUL .....                  | i     |
| HALAMAN JUDUL .....                   | ii    |
| LEMBAR PERNYATAAN .....               | iii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN .....             | iv    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....              | v     |
| HALAMAN MOTTO .....                   | vi    |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....             | vii   |
| UCAPAN TERIMA KASIH .....             | viii  |
| DAFTAR ISI .....                      | xi    |
| DAFTAR TABEL .....                    | xv    |
| DAFTAR GAMBAR .....                   | xvii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                 | xviii |
| ABSTRAK .....                         | xix   |
| ABSTRACT .....                        | xx    |
| BAB I PENDAHULUAN .....               | 1     |
| 1.1 Latar Belakang .....              | 1     |
| 1.2 Identifikasi Masalah .....        | 14    |
| 1.3 Batasan Masalah .....             | 23    |
| 1.3.1 <i>E-service quality</i> .....  | 23    |
| 1.3.2 <i>E-trust</i> .....            | 23    |
| 1.3.3 <i>E-satisfaction</i> .....     | 24    |
| 1.3.4 Pengguna <i>Grab-Food</i> ..... | 24    |
| 1.4 Rumusan Masalah .....             | 24    |
| 1.5 Tujuan Penelitian .....           | 25    |
| 1.6 Manfaat Penelitian .....          | 25    |
| 1.6.1 Manfaat Teoritis .....          | 25    |

|                               |                                                                    |    |
|-------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----|
| 1.6.2                         | Manfaat Praktis .....                                              | 25 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA ..... |                                                                    | 26 |
| 2.1                           | Generasi Z .....                                                   | 26 |
| 2.1.1                         | Definisi generasi Z .....                                          | 26 |
| 2.1.2                         | Karakteristik Generasi dan Z .....                                 | 26 |
| 2.1.3                         | Ciri-ciri Generasi Z .....                                         | 27 |
| 2.2                           | Tinjauan Pustaka Variabel Tergantung.....                          | 27 |
| 2.2.1                         | Definisi <i>E-satisfaction</i> .....                               | 27 |
| 2.2.2                         | Dimensi <i>E-satisfaction</i> .....                                | 29 |
| 2.2.3                         | Konsep <i>E-satisfaction</i> .....                                 | 30 |
| 2.2.4                         | Manfaat <i>E-satisfaction</i> .....                                | 31 |
| 2.3                           | Tinjauan Pustaka Variabel Bebas .....                              | 31 |
| 2.3.1                         | <i>E-service quality</i> .....                                     | 31 |
| 2.3.1.1                       | Definisi <i>E-service quality</i> .....                            | 32 |
| 2.3.1.2                       | Dimensi <i>E-service quality</i> .....                             | 33 |
| 2.3.1.3                       | Perbedaan <i>e-service</i> dengan <i>traditional service</i> ..... | 34 |
| 2.3.2                         | <i>E-Trust</i> .....                                               | 34 |
| 2.3.2.1                       | Definisi <i>E-trust</i> .....                                      | 34 |
| 2.3.2.2                       | Dimensi <i>E-trust</i> .....                                       | 36 |
| 2.3.2.3                       | Faktor-Faktor yang Memengaruhi <i>E-trust</i> .....                | 37 |
| 2.3.2.4                       | Faktor-Faktor yang Meningkatkan <i>E-trust</i> .....               | 38 |
| 2.4                           | Tinjauan Pustaka mengenai Hubungan antar Variabel.....             | 38 |
| 2.5                           | Kerangka Konseptual.....                                           | 42 |
| 2.6                           | Hipotesis.....                                                     | 43 |

|                                                   |    |
|---------------------------------------------------|----|
| BAB III METODE PENELITIAN .....                   | 44 |
| 3.1 Tipe Penelitian.....                          | 44 |
| 3.2 Identifikasi Variabel Penelitian .....        | 44 |
| 3.2.1 Variabel Bebas (X).....                     | 45 |
| 3.2.2 Variabel Terikat (Y) .....                  | 45 |
| 3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian..... | 45 |
| 3.3.1 <i>E-service quality</i> .....              | 45 |
| 3.3.2 <i>E-trust</i> .....                        | 46 |
| 3.3.3 <i>E-satisfaction</i> .....                 | 46 |
| 3.4 Subjek Penelitian .....                       | 47 |
| 3.4.1 Populasi .....                              | 47 |
| 3.4.2 Sampel .....                                | 47 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                  | 48 |
| 3.5.1 Alat Ukur <i>E-service quality</i> .....    | 48 |
| 3.5.2 Alat Ukur <i>E-trust</i> .....              | 49 |
| 3.5.3 Alat Ukur <i>E-satisfaction</i> .....       | 50 |
| 3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....     | 50 |
| 3.6.1 Validitas .....                             | 50 |
| 3.6.2 Reliabilitas .....                          | 51 |
| 3.7 Teknik Analisis Data .....                    | 52 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....      | 53 |
| 4.1 Gambaran Subjek Penelitian .....              | 53 |
| 4.2 Pelaksanaan Penelitian.....                   | 56 |
| 4.2.1 Persiapan Penelitian .....                  | 56 |
| 4.2.2 Pengambilan Data .....                      | 57 |

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| 4.2.3 Hambatan Penelitian.....                | 57 |
| 4.3 Hasil Penelitian.....                     | 58 |
| 4.3.1 Analisis Deskriptif.....                | 58 |
| 4.3.2 Penormaan .....                         | 60 |
| 4.3.3 Uji Asumsi .....                        | 63 |
| 4.3.3.1 Uji Normalitas .....                  | 63 |
| 4.3.3.2 Uji Linearitas .....                  | 64 |
| 4.3.3.3 Analisis Residual .....               | 66 |
| 4.3.3.4 Uji Multikolinearitas.....            | 68 |
| 4.3.3.5 Deteksi Outlier .....                 | 69 |
| 4.3.4 Korelasi Produk Moment Pearson .....    | 70 |
| 4.3.5 Hasil Uji Regresi .....                 | 74 |
| 4.3.5.1 <i>Multiple Regression</i> .....      | 74 |
| 4.4 Pembahasan.....                           | 83 |
| 4.5 Keterbatasan Penelitian.....              | 89 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....               | 90 |
| 5.1 Kesimpulan .....                          | 90 |
| 5.2 Saran .....                               | 91 |
| 5.2.1 Saran untuk Penelitian Selanjutnya..... | 91 |
| 5.2.2 Saran untuk Perusahaan.....             | 91 |
| Referensi .....                               | 92 |

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                                                 |     |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 3.1  | Blueprint <i>E-service quality</i> .....                                                        | 48  |
| Tabel 3.2  | Blueprint <i>E-trust</i> .....                                                                  | 49  |
| Tabel 3.3  | Blueprint <i>E-satisfaction</i> .....                                                           | 50  |
| Tabel 3.4  | Hasil Uji Reliabilitas .....                                                                    | 511 |
| Tabel 4.1  | Gambaran Umum Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                            | 533 |
| Tabel 4.2  | Gambaran Umum Subjek Berdasarkan Usia .....                                                     | 533 |
| Tabel 4.3  | Gambaran Umum Subjek Berdasarkan Domisili .....                                                 | 544 |
| Tabel 4.4  | Gambaran Umum Subjek Berdasarkan Pekerjaan .....                                                | 555 |
| Tabel 4.5  | Gambaran Umum Subjek Berdasarkan Frekuensi<br>Menggunakan <i>Grab-Food</i> Selama 1 Bulan ..... | 56  |
| Tabel 4.6  | Hasil Analisis Deskriptif.....                                                                  | 58  |
| Tabel 4.7  | Hasil Perbandingan Statistik Hipotetik dan Empirik .....                                        | 611 |
| Tabel 4.8  | Rumus Penormaan Kategorisasi .....                                                              | 622 |
| Tabel 4.9  | Kategorisasi Sampel Pada Variabel <i>E-service quality</i> .....                                | 622 |
| Tabel 4.10 | Kategorisasi Sampel Pada Variabel <i>E-trust</i> .....                                          | 622 |
| Tabel 4.11 | Kategorisasi Sampel Pada Variabel <i>E-satisfaction</i> .....                                   | 633 |
| Tabel 4.12 | Hasil Uji Normalitas .....                                                                      | 644 |
| Tabel 4.13 | Hasil <i>Durbin-Watson for Autocorrelation</i> .....                                            | 68  |
| Tabel 4.14 | Hasil <i>Collinearity Statistics</i> .....                                                      | 69  |
| Tabel 4.15 | Hasil <i>Cook's Distance</i> .....                                                              | 69  |
| Tabel 4.16 | Hasil Korelasi <i>Pearson's r</i> .....                                                         | 700 |
| Tabel 4.17 | Hasil Korelasi <i>Pearson's r E-Service Quality</i> .....                                       | 71  |
| Tabel 4.18 | Hasil Korelasi <i>Pearson's r E-Trust</i> .....                                                 | 73  |
| Tabel 4.19 | Hasil Model Fit <i>Measures E-Service Quality</i> .....                                         | 75  |
| Tabel 4.20 | Hasil Model <i>Coefficients E-Service Quality</i> .....                                         | 75  |
| Tabel 4.21 | Hasil Model Fit <i>Measures E-Trust</i> .....                                                   | 77  |
| Tabel 4.22 | Hasil Model <i>Coefficients E-Trust</i> .....                                                   | 78  |
| Tabel 4.23 | <i>Model Fit Measures</i> .....                                                                 | 80  |

|            |                                                  |    |
|------------|--------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.24 | Koefisien <i>Model Multiple Regression</i> ..... | 81 |
|------------|--------------------------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|            |                                                                                   |    |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 | Hasil Survei Layanan Pesan-Antar Makanan di Asia Tenggara (2020).....             | 4  |
| Gambar 1.2 | Hasil Survei Food-Delivery di Canada, Australia, US dan UK.....                   | 4  |
| Gambar 1.3 | Hasil Survei Kepuasan Konsumen pada Aplikasi <i>E-Commerce</i> .....              | 8  |
| Gambar 4.1 | Scatterplots Hubungan <i>E-satisfaction</i> dengan <i>E-service quality</i> ..... | 65 |
| Gambar 4.2 | Scatterplots Hubungan <i>E-satisfaction</i> dengan <i>E-trust</i> .....           | 65 |
| Gambar 4.3 | Q-Q Plot.....                                                                     | 66 |
| Gambar 4.4 | Hasil Analisis Residual .....                                                     | 67 |

**DAFTAR LAMPIRAN**

|             |                                                                                                  |     |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1  | Kuesioner Penelitian .....                                                                       | 109 |
| Lampiran 2  | Lembar Perizinan Penggunaan Skala E-Satisfaction, E-<br>Service Quality, <i>dan</i> E-Trust..... | 117 |
| Lampiran 3  | Hasil Analisis Deskriptif .....                                                                  | 118 |
| Lampiran 4  | Hasil Uji Normalitas .....                                                                       | 119 |
| Lampiran 5  | Hasil Uji Linearitas .....                                                                       | 120 |
| Lampiran 6  | Hasil Analisis Residual .....                                                                    | 121 |
| Lampiran 7  | Hasil Uji Homoskedastisitas .....                                                                | 121 |
| Lampiran 8  | Hasil Uji Multikolinearitas.....                                                                 | 122 |
| Lampiran 9  | Hasil Uji Deteksi Outlier.....                                                                   | 123 |
| Lampiran 10 | Hasil Analisis Korelasi Produk Moment Pearson .....                                              | 124 |
| Lampiran 11 | Hasil Analisis Uji Regresi Berganda .....                                                        | 125 |
| Lampiran 12 | Hasil Validitas E-Service Quality.....                                                           | 126 |
| Lampiran 13 | Hasil Validitas E-Trust.....                                                                     | 126 |
| Lampiran 14 | Hasil Validitas E-Satisfaction.....                                                              | 126 |
| Lampiran 15 | Hasil Reliabilitas E-Service Quality .....                                                       | 127 |
| Lampiran 16 | Hasil Reliabilitas E-Trust.....                                                                  | 127 |
| Lampiran 17 | Hasil Reliabilitas E-Satisfaction .....                                                          | 128 |

## ABSTRAK

Salsabilla Aryshia Putri, 111811133059, Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *E-Satisfaction* Pengguna *Grab-Food* dari Generasi Z, Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, 2022.

xix + 108 halaman + 19 lampiran.

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji kekuatan pengaruh dari e-service quality dan e-trust terhadap e-satisfaction dari pengguna Grab-Food dari Generasi Z. Mengukur e-service quality digunakan indikator yang dikemukakan oleh Zeithaml dkk., yang terdapat tujuh dimensi, antara lain yaitu efficiency, fulfilment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact. Dalam mengukur E-Trust pada mengacu pada indikator yang dikemukakan oleh Keller dkk., terdiri dari empat dimensi yaitu, ability, benevolence, integrity, dan willingness to depend. Mengukur e-satisfaction pada penelitian ini mengacu pada indikator yang dikemukakan oleh Ranjbarian terdiri dari lima dimensi, yakni convenience, merchandising, site design, security, dan serviceability.*

*Subjek dari penelitian ini terdiri dari 98 pengguna Grab-Food, dengan rentang usia lebih dari 12 tahun. Terdiri dari 89 perempuan dan 9 laki-laki. Penelitian ini menggunakan uji regresi dengan multiple regression sebagai teknik analisis data dengan bantuan program Jamovi 1.6.23. Hasil analisis uji regresi menunjukkan bahwa e-service quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap e-satisfaction ( $p < 0,001$ ). Hasil uji regresi juga menyatakan bahwa e-trust berpengaruh positif dan signifikan pada e-satisfaction ( $p < 0,003$ ). E-service quality dan e-trust juga berpengaruh positif secara simultan terhadap e-satisfaction ( $p < 0,001$ ). Variabel e-service quality disokong oleh dimensi privacy dengan kekuatan 2,129. Variabel e-trust didominasi oleh dimensi integrity sebesar 1,985.*

**Kata kunci:** *e-satisfaction, e-service quality, e-trust, generasi z*

Daftar Pustaka, 100 (2007-2022)

## ABSTRACT

Salsabilla Aryshia Putri, 111811133059, The Effect of E-Service Quality and E-Trust on E-Satisfaction of *Grab-Food* Users from Generation Z, Thesis, Faculty of Psychology Universitas Airlangga, 2022.

xx + 108 pages + 19 attachments.

*This study aims to examine the strength of the influence of e-service quality and e-trust on e-satisfaction of Grab-Food users from Generation Z. To measure e-service quality, the indicators proposed by Zeithaml dkk., which have seven dimensions, include: namely efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, and contact. In measuring E-Trust, referring to the indicators proposed by Keller dkk., it consists of four dimensions, namely ability, benevolence, integrity, and willingness to depend. Measuring e-satisfaction in this study refers to the indicators proposed by Ranjbarian consisting of five dimensions, namely convenience, merchandising, site design, security, and serviceability.*

*The subjects of this study consisted of 98 Grab-Food users, with an age range of more than 12 years. Consisting of 89 women and 9 men. This study uses a regression test with multiple regression as a data analysis technique with the help of the Jamovi 1.6.23 program. The results of the regression analysis showed that the quality of e-service had a positive and significant effect on e-satisfaction ( $p < 0.001$ ). The results of the regression test also stated that e-trust had a positive and significant effect on e-satisfaction ( $p < 0.003$ ). E-service quality and e-trust also have a simultaneous positive effect on e-satisfaction ( $p < 0.001$ ). The e-service quality variable is supported by the privacy dimension with a power of 2.129. The e-trust variable is dominated by the integrity dimension of 1.985.*

**Keywords:** *e-satisfaction, e-service quality, e-trust, generation z*

References, 100 (2007-2022)