

ABSTRAK

Muhammad Nur Chalim, 1720310184, meneliti tentang Pengaruh *E-Service Quality*, *Product Quality* Dan *Price Fairness* Terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* Di Demak), Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Dalam Ilmu Manajemen Bisnis Syariah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Pengaruh E-Service Quality*, *Product Quality* Dan *Price Fairness* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* Di Demak). Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan populasi Pelanggan *Go-Food* Di Demak dengan Sampel penelitian 99 responden. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket, wawancara, dan dokumentasi. Pengujian hipotesis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa: Hasil pengujian tentang *Pengaruh E-Service Quality*, *Product Quality* Dan *Price Fairness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* Di Demak) menunjukkan nilai Dari hasil uji F diperoleh nilai Fhitung sebesar 35,698 dengan tingkat signifikansi menggunakan 0,000. Karena Fhitung > F tabel (35,698 > 2,79) maka H_0 ditolak, artinya secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* Pengguna Jasa *Go-Food* Indonesia (Studi Pada Pelanggan *Go-Food* Di Demak).

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *Product Quality*, *Price Fairness*, dan *Customer Satisfaction*