

**Analysis of the Effect of E-Service Quality, Price and Promotion  
on OVO Merchant User Satisfaction on MSME Actors  
in DKI Jakarta**

**By Nur Khofivah**

***ABSTRACT***

*The rapid development of technology and information has brought about changes in the payment system in Indonesia which can be accessed digitally through server-based Financial Technology. This study aims to determine the effect of e-service quality, price and promotion on the satisfaction of ovo merchant users on SMEs in DKI Jakarta. The sampling method used is purposive sampling, with a sample size of 100 respondents. In collecting respondent data using google form. This research uses Smart PLS 3.3 (Partial Least Square) software for analysis tools. The results of the analysis show that: (1) e-service quality has a positive and significant effect on the satisfaction of ovo merchant users on MSME actors in DKI Jakarta, (2) price has a positive and significant influence on ovo merchant user satisfaction on MSME players in DKI Jakarta. Jakarta and (3) promotion has a positive and significant influence on the satisfaction of ovo merchant users on MSME actors in DKI Jakarta.*

**Keywords:** *e-service quality, price, promotion, user satisfaction*

**Analisis Pengaruh *E-Service Quality*, Harga Dan Promosi  
Terhadap Kepuasan Pengguna OVO Merchant Pada Pelaku  
UMKM Di DKI Jakarta**

**Oleh Nur Khofivah**

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi dan informasi secara pesat membawa perubahan dalam sistem pembayaran di Indonesia yang dapat diakses secara digital melalui *Financial Technology* berbasis *server*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality*, harga dan promosi terhadap kepuasan pengguna ovo merchant pada pelaku UMKM di DKI Jakarta. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu purposive sampling, dengan jumlah sampel 100 responden. Dalam mengumpulkan data responden menggunakan google form. Penelitian ini menggunakan software Smart PLS 3.3 (Partial Least Square) untuk alat analisis. Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) *e-service quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ovo merchant pada pelaku UMKM di DKI Jakarta, (2) harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ovo merchant pada pelaku UMKM di DKI Jakarta dan (3) promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ovo merchant pada pelaku UMKM di DKI Jakarta.

**Kata Kunci:** *e-service quality* , harga, promosi, kepuasan pengguna