

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan pangsa pasar e-commerce Indonesia memang tidak bisa diragukan lagi. Untuk menghadapi tantangan yang semakin meningkat, perusahaan dituntut untuk dapat menerapkan kebijakan strategis terkait layanan untuk mengantisipasi iklim persaingan yang semakin ketat. Dalam industri atau perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, kualitas layanan elektronik tidak diragukan lagi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas e-service terhadap kepuasan pelanggan konsumen Lazada di Indonesia.

Dimensi E-Service Quality yang digunakan dalam penelitian ini adalah Web Design, Security, Fulfillment, dan Customer Service. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan kausal. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, regresi linier berganda, koefisien determinasi, koefisien korelasi, dan pengujian hipotesis. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden yang pernah melakukan transaksi di website Lazada. Jumlah sampel sebanyak 400 sampel untuk mewakili populasi pelanggan Lazada. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-service quality memiliki nilai signifikansi sebesar $>0,07$ yang artinya kualitas e-service berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Lazada Indonesia. Kualitas e-service mempengaruhi kepuasan pelanggan Lazada di Indonesia sebesar 68,0%. Lazada harus meningkatkan keamanan pada website untuk memastikan menjaga risiko keamanan dan integrasi pelanggan, serta meningkatkan kepatuhan seperti kinerja perusahaan yang ditampilkan pada website dan layanan pelanggan sehingga pelanggan Lazada Indonesia dapat membuat pelanggan puas.

Kata Kunci: Kualitas Layanan Elektronik, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Perdagangan Elektronik.