

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Internet dapat dimanfaatkan untuk berbagai macam kegiatan, salah satunya adalah berbisnis. Faktanya, sebagian besar perusahaan menggunakan Internet untuk menjalankan bisnisnya, salah satunya industri *e-commerce*. Pada tahun 2020 hingga 2022, nilai penjualan bruto *e-commerce* di Indonesia mengalami pertumbuhan dan memiliki prospek yang positif serta diprediksi akan tetap mengalami pertumbuhan pada 2027 mendatang. Selain nilai penjualan bruto *e-commerce*, pengguna *e-commerce* di Indonesia pun mengalami pertumbuhan khususnya pada *e-commerce* pada bidang fashion. Sesi kunjungan *website e-commerce* di Indonesia mengalami peningkatan sejak kuartal III tahun 2019 hingga kuartal II tahun 2022. ZALORA Indonesia merupakan salah satu *website e-commerce* di Indonesia yang telah hadir sejak 2012 silam. Terlepas dari perkembangannya, ZALORA Indonesia kerap mendapatkan komplain dari konsumennya hingga pada fitur Google Reviews yang kini mendapatkan nilai 3.6 dari 5 bintang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh *service quality* terhadap *customer complaints* dan *customer loyalty* bagi pelanggan *website e-commerce* ZALORA Indonesia. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan kausa. Pengumpulan sampel penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* secara *purposive*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner menggunakan Google Form yang kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS versi 25, serta dilakukan pengolahan data untuk mendapatkan hasil yang diharapkan menggunakan *software* SmartPLS. Adapun bantuan penggunaan *software* G-Power untuk menentukan jumlah sampel yang harus didapatkan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan merupakan elemen kunci dengan tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi, sementara keluhan pelanggan memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah. Studi ini memberikan wawasan bagi perusahaan untuk meningkatkan pengalaman dan loyalitas pelanggan mereka. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keluhan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Studi ini menyarankan bahwa ZALORA Indonesia harus fokus pada peningkatan kepercayaan, daya tanggap, kualitas layanan, keandalan, personalisasi, desain situs web, dan keluhan pelanggan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan.

Penelitian ini menyarankan bahwa ZALORA Indonesia harus fokus pada peningkatan kepercayaan, daya tanggap, kualitas layanan, keandalan, personalisasi, desain situs web, dan keluhan pelanggan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan.

Kata Kunci: *E-Commerce, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Keluhan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, SmartPLS, ZALORA Indonesia.*