

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER RELATIONS* DI *WEBSITE E-COMMERCE* ZALORA INDONESIA TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN KONSUMEN

(Survei Konsumen Zalora Indonesia umur 20 – 25 tahun Kota Wisata Cibubur)

Nindhita Laksmitha Paramesthi

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi mengenai bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* di *Website E-commerce* Zalora Indonesia Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen. **Tujuan dalam penelitian** ini adalah untuk mengetahui dan mengukur seberapa tinggi Kualitas Pelayanan *Customer Relations* di *Website E-commerce* Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen. **Teori penelitian** menggunakan model *Customer Relationship Management*. **Metode penelitian** ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Zalora Indonesia dengan usia 20 – 25 tahun di Kota Wisata Cibubur yang berjumlah 85 responden. **Teknik penarikan sampel** yang digunakan yaitu *Non-Probability Sampling* dengan teknik *Simple Cluster (Area Sampling)*, dan *Purposive Sampling*. **Teknik pengumpulan data** dengan menggunakan kuesioner atau angket yang di sebar oleh peneliti untuk responden. **Hasil penelitian** menunjukkan bahwa terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* di *Website E-commerce* Zalora Indonesia Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen yang cukup berarti. **Hipotesis penelitian** membuktikan bahwa diperoleh t hitung $>$ t tabel yaitu $5.151 > 1.663$, maka dapat disimpulkan 24,4% Tingkat Kepercayaan Konsumen (Variabel Y) ditentukan oleh Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* (Variabel X). **Kesimpulan** cukup berpengaruh, karena Pelayanan *Customer Relations* di *Website* membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Relations* di *Website* Zalora Indonesia Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen. Kepercayaan dari pelanggan memang memegang poin serta peranan penting dalam bisnis *online*. **Saran** pada penelitian ini hendaknya *Customer Relations* di *Website* Zalora Indonesia dapat ditingkatkan lagi dengan cara memberikan kualitas yang baik pada *website* dan berkomunikasi dengan baik pada konsumen agar dapat mempertahankan loyalitas konsumen dan menambah nilai, serta kepercayaan konsumen kepada produk pelayanan yang dimiliki Zalora Indonesia.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, *Customer Relations*, *Website*, Kepercayaan Konsumen.

**THE INFLUENCE OF QUALITY OF SERVICE CUSTOMER RELATIONS IN AN
E-COMMERCE WEBSITE ZALORA OF INDONESIA AGAINST THE LEVEL OF
CONSUMER CONFIDENCE**

(Surveys of Consumers Zalora Indonesia 20 – 25 years of City Tours Cibubur)

Nindhita Laksmitha Paramesthi

Abstract

*This research is **motivated** on how the Influence of Quality of Customer Relations Service at E-commerce Website Zalora Indonesia Toward Consumer Confidence Level. The **purpose** of this study is to know and measure how high Quality Customer Relations Service on Ecommerce Website Against Consumer Confidence Level. The **research theory** using Customer Relationship Management model. This research method using quantitative method. The sample in this research is Zalora Indonesia consumer with age 20 – 25 years in Kota Wisata Cibubur which amounted to 85 respondents. **Sampling technique** used is Non-Probability Sampling with Simple Cluster technique (Area Sampling), and Purposive Sampling. **Data collection techniques** using questionnaires or questionnaires distributed by researchers to respondents. The **results** showed that there is Influence Quality Customer Relations Service on E-commerce Website Zalora Indonesia Against Consumer Confidence level is quite meaningful. **Research hypothesis** proves that obtained $t_{count} > t_{table}$ that is $5.151 > 1.661$, it can be concluded 24,4% Consumer Confidence Level (Variable Y) determined by Influence Quality of Customer Relations Service (Variable X). **Conclusion** is quite influential, because Customer Relations Service on the Website proves that H_0 is rejected and H_a accepted, it can be concluded H_0 rejected and H_a accepted which means there is Influence Quality Customer Relations Service on Zalora Indonesia Website Against Consumer Confidence Level. **Advice** on this research should Customer Relations at Zalora Indonesia Website can be improved again by providing good quality on the website and communicate well to consumers in order to maintain customer loyalty and add value, as well as consumer confidence to the service products owned Zalora Indonesia.*

Keywords: *Quality of Service, Customer Relations, Website, Consumer Confidence.*