

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION ON LAZADA E-COMMERCE

By Jimmie Prasetya Dzaky

Abstract

This study is a quantitative research conducted with the aim of proving and analyzing the effect of service quality and brand trust on customer satisfaction on e-commerce Lazada. The population in this study are people who have shopped or are currently using Lazada e-commerce in the city of West Jakarta. The sample size used was 100 respondents with the Non-Probability Sampling method with the type of Purposive Sampling. Data collection is used through the distribution of questionnaires. The data analysis technique used is the Partial Least Square method. The results of this study indicate that the variables of service quality and brand trust have a significant and significant effect on customer satisfaction.

Keywords : Service Quality, Brand Trust, and Customer Satisfaction

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA *E-
COMMERCE* LAZADA**

Oleh Jimmie Prasetya Dzaky

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang dikerjakan dengan target menunjukkan dan menguraikan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan merek terhadap kepuasan pelanggan pada *e-commerce* Lazada. Populasi pada pengkajian ini merupakan orang yang pernah berbelanja atau masih melakukan *e-commerce* Lazada yang berdomisili di Kota Jakarta Barat. Parameter sampel dipakai sejumlah 100 responden dengan metode *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*. Akumulasi data dipakai dengan penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang dipakai merupakan metode *Partial Least Square*. Jawaban penelitian ini menunjukkan yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan merek berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Pelanggan