

ABSTRAK

Dalam perkembangan teknologi dimasa sekarang ini dibidang usaha bersaing secara *online*, *E-commerce* bermunculan dan bersaing ketat untuk menarik para konsumen maupun produsen agar saling menguntungkan.

Penelitian ini berjudul “ Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Online Lazada” yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif dengan populasi seluruh pelanggan Toko Online Lazada dan sampel penelitian ini berjumlah 30 responden.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi literatur, wawancara dan kuisioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi, uji t, uji f dan uji r dengan bantuan aplikasi SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,359. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,286, serta harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 5,288.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

In today's technological developments in the field of online competition, E-commerce has emerged and is competing fiercely to attract consumers and producers for mutual benefit.

This study is entitled "The effect of price and service quality on customer satisfaction at the Lazada Online Store" which aims to determine the partial or simultaneous effect of price and service quality on customer satisfaction. This study amounted to 30 respondents.

The data collection method used is literature study, interviews and questionnaires and analyzed using regression analysis, t test, f test and r test with the help of SPSS 26 application. The results of this study indicate that price has a partial effect on customer satisfaction of 0.359. While the quality of service has a partial effect on customer satisfaction of 0.286, and price and service quality have a simultaneous effect on customer satisfaction of 5.288.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction