

ABSTRAK

Meningkatnya tingkat pembelian online di Indonesia mendorong terciptanya peluang usaha baru. Hal tersebut berakibat pada perkembangan e-commerce yang sangat pesat di Indonesia. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan, Kenyamanan Layanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Diponegoro yang telah melakukan pembelian di Lazada.co.id selama satu tahun ini, dengan jumlah responden 110 orang yang persebarannya meliputi 11 fakultas. Teknik yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen penelitian adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menyatakan bahwa hipotesis pertama yakni Kualitas Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan diterima. Hipotesis kedua menyatakan bahwa Kenyamanan Layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan diterima. Hipotesis ketiga yang menyatakan Citra Merek berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan diterima. Hasil uji koefisien determinasi menyatakan bahwa ketiga variabel independen tersebut memiliki pengaruh sebesar 43,9% terhadap Kepuasan Pelanggan. Lazada.co.id disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan dan kenyamanan layanan yang lebih baik sehingga dapat menciptakan citra merek yang baik di mata pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kenyamanan Layanan, Citra Merek, Kepuasan Pelanggan.