

ABSTRAK

Muhammad Faqih Ikhsan (1158020207): Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko *Online* Lazada Indonesia (Studi Pada Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2015-2018).

Saat ini Indonesia merupakan salah satu negara yang trend dengan transaksi jual beli *online* atau *online shop*, hal ini dapat bermunculan toko *online* seperti Lazada, Shopee dan lain-lain. Seiring dengan banyaknya bisnis online yang bersaing untuk memenuhi kebutuhan konsumen maka yang perlu diperhatikan bagaimana memberikan kepuasan kepada pelanggan. Salah satu *online shop* yang cukup populer di Indonesia yaitu Lazada.co.id. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, kualitas pelayanan yang baik diberikan oleh *online shop* tersebut, mereka cenderung akan terus membeli serta memberitahu kepada orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan produk tersebut dan mereka sudah percaya atas produk yang disajikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kepercayaan (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Asosiatif/hubungan dalam pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel adalah Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2015-2018. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *Probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, sehingga ditentukan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Data yang dihasilkan adalah tanggapan responden yang telah ditetapkan sebagai sampel dari kuisioner yang telah disebar.

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 20 diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kepercayaan berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $< t$ tabel ($1,199 < 1,660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,234 > 0,05$. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($6,718 > 1,660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. (3) Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($68,278 > 3,09$) dan nilai signifikansi f hitung sebesar $0,000$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,585$ yang menunjukkan bahwa Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh sebesar $58,5\%$ sedangkan sisanya $41,5\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan