

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan *e-commerce* Shopee terhadap kepuasan pelanggan di Provinsi Lampung. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kuantitatif menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan software SPSS Versi 26.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 400 orang responden yang merupakan pelanggan *e-commerce* Shopee yang berada di provinsi Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*.

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari indikator bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) berpengaruh positif dan signifikan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan dapat digunakan sebagai salah satu strategi dalam memenangkan persaingan antar *e-commerce* di Indonesia. Ini dibuktikan dengan nilai t statistik 1,789 dan koefisien regresi sebesar 0,23.

Keempat indikator yang ada dalam variabel kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*) memberikan kontribusi terbesar dalam upaya mempertahankan kepuasan pelanggan di provinsi Lampung

Kata kunci : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty*, kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This purpose of this study was to test and analyze the effect of e-commerce Shopee service quality on customer satisfaction in Lampung Province. Data will be analyzed by using quantitative descriptive and simple linear regression analysis methods with SPSS version 26 software.

The sample in this study was 400 user e-commerce Shopee customers in Lampung province. The sampling technique used is simple random sampling.

Based on the results of data analysis and testing that has been carried out, it can be concluded that the quality of service consisting of indicators of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy have a positive and significant effect in influencing the level of customer satisfaction and can be used as a strategy in winning the competition between e-commerce in Indonesia. This is evidenced by the statistical t value of 1.789 and a regression coefficient of 0.23.

The four indicators in the service quality variable, namely tangibles, reliability, responsiveness, and assurance, make the biggest contribution to efforts to maintain customer satisfaction in Lampung province.

Keywords : tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathat, customer satisfaction