

ABSTRAK

Lazada menjadi salah satu platform belanja online yang cukup banyak dikenal di Indonesia. Didirikan pada tahun 2011 oleh perusahaan Rocket Internet, lazada sudah banyak berkembang dan populer sehingga menjadi pilihan masyarakat untuk melakukan belanja secara online. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas layanan web terhadap kepuasan pelanggan di platform e-commerce Lazada dengan menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) dan pendekatan WebQual. Data dikumpulkan melalui survei online yang melibatkan pengguna Lazada, dan analisis SEM digunakan untuk menguji hubungan antar variabel. Dari hasil uji validitas menghasilkan nilai $>0,7$ mengenai outer loading. Dari sini dapat disimpulkan dengan nilai tersebut sudah memenuhi standar. Suatu konstruk dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai composite reliability >0.6 serta diperkuat oleh nilai Cronbach's Alpha >0.7 . Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan web memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, WebQual, SEM

ABSTRACT

Lazada is one of the online shopping platforms that is quite well known in Indonesia. Founded in 2011 by the Rocket Internet company, Lazada has grown so much and is popular that it has become people's choice for shopping online. This research aims to explore the influence of web service quality on customer satisfaction on the Lazada e-commerce platform using the Structural Equation Modeling (SEM) method and the WebQual approach. Data was collected through an online survey involving Lazada users, and SEM analysis was used to test the relationship between variables. The validity test results produced a value of >0.7 regarding outer loading. From this it can be concluded that this value meets the standards. A construct is declared reliable if it has a composite reliability value of >0.6 and is strengthened by a Cronbach's Alpha value of >0.7 . The research results show that web service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Customer Loyalty, WebQual, SEM