

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, KUALITAS  
WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAZADA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa USNI Fakultas Ekonomi)

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



**UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

**JAKARTA**

**2017**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, *BRAND IMAGE*, KUALITAS  
WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LAZADA**

(Studi Kasus Pada Mahasiswa USNI Fakultas Ekonomi)

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar**

**SARJANA EKONOMI**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN –Strata I**



**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA**

**2017**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of Service Quality, Brand Image and Website Quality toward Customer Satisfaction. The method used in this study was quantitative method and assessment of the results of this study based on the answers on questionnaires which was given to respondents using Likert Scale. Populations in this research were USNI students from the Faculty of Economics and the total samples in this research were 100 respondents. The analytical methods used in this study are descriptive analysis, instrument test (Validity and Normality), Classic Assumption Test (Normality, Heteroscedasticity, Multicollinearity and Autocorrelation), Multiple Linear Regression Analysis, T Test, F Test and Determinant R<sup>2</sup> coefficient.*

*From the result of t test (partially), it had been obtained the result that variable of Service Quality (X1) and Brand Image (X2) had influence and significant toward Customer Satisfaction of Lazada Online store. While the variable of Website Quality (X3) had no effect and not significant toward Customer Satisfaction of Lazada Online store. From the f test (simultaneously), obtained the result that the three variables had an effect and significant toward the Customer Satisfaction of Lazada online store.*

*Keywords:* Service Quality, Brand Image and Customer Satisfaction

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image Dan Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan penilaian dari hasil penelitian ini berdasarkan jawaban pada kuesioner yang diberikan kepada responden menggunakan Skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa USNI Fakultas Ekonomi dan sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden. Metode analisis pada penelitian ini menggunakan analisis Deskriptif, Uji Instrument (Validitas dan Normalitas), Uji Asumsi Klasik (Normalitas, Heteroskedastisitas, Multikolonieritas dan Autokorelasi), analisis Regresi Linear Berganda, Uji T, Uji F dan Koefesien Determinan  $R^2$ .

Dari hasil uji t (secara parsial), telah diperoleh hasil bahwa variable Kualitas Pelayanan (X1) dan Brand Image (X2) mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan toko Online Lazada. Sedangkan variable Kualitas Website (X3) tidak mempunyai pengaruh dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan toko Online Lazada. Dari uji f (secara simultan), diperoleh hasil bahwa ketiga variable berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan toko Online Lazada.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Brand Image dan Kepuasan Pelanggan