

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi Informasi sudah sedemikian pesatnya sehingga sulit bagi kita untuk mengontrolnya. Hampir setiap detik produk Teknologi Informasi tercipta di seluruh belahan dunia. Salah satu hal yang menjadi dampak positif perkembangan Teknologi Informasi, yaitu mempermudah transaksi perusahaan atau perseorangan untuk kepentingan bisnis. Sehingga pada saat ini bisnis *online shop* semakin berlomba-lomba untuk menawarkan jasa pelayanan dengan berbagai keunggulan yang dimiliki oleh perusahaannya untuk memenuhi kepuasan pelanggannya.

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan *Online Shop* terhadap Kepuasan Pelanggan Zalora Indonesia” ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan (*tangible, empathy, responsiveness, reliability, assurance*) yang dibangun oleh Zalora Indonesia, tanggapan mengenai kepuasan pelanggan Zalora Indonesia, dan besarnya pengaruh kualitas pelayanan *online shop* terhadap kepuasan pelanggan Zalora Indonesia.

Penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif, data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden pelanggan Zalora Indonesia yang diperoleh dengan menggunakan pendekatan Bornauli. Analisis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana untuk mengetahui tingkat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, dan uji R^2 .

Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa kualitas pelayanan *online shop* secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70% dan sisanya 30% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan