

ABSTRAK

Lazada adalah salah satu *e-commerce* yang banyak diminati untuk melakukan belanja online di Indonesia. Lazada merupakan *e-commerce internasional*, selain di Indonesia Lazada juga memiliki beberapa cabang selain di Indonesia yaitu di Malaysia, Filipina, Thailand dan Vietnam.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *E-service quality* terhadap *e-satisfaction*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui metode survey. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna aplikasi Lazada di Kota Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental* sampling dengan kriteria pengguna yang pernah menggunakan aplikasi Lazada. Sampel berjumlah 100 responden dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi linier sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : E-Service Quality mempunyai pengaruh signifikan terhadap Satisfaction. Nilai t-hitung untuk X adalah 3,214 > dari t-tabel yaitu 1,984 dan signifikansi sebesar 0,002 yang artinya lebih kecil dari 0,05.

Uji hipotesis thitung adalah sebesar 3,214 sedangkan ttabel untuk $n = 100$ ($df = n-k$) dengan signifikansi 5% adalah 1,984 yang berarti bahwa thitung > ttabel dengan nilai signifikansi $0.002 < 0,05$ maka dapat dibuktikan bahwa variabel E-Service Quality mempunyai pengaruh signifikan terhadap E-Satisfaction (Y). Hal tersebut terjadi karena E-Service Quality dalam jasa dapat mempengaruhi hasil dari kepuasan pelanggan. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang sejalan yang diteliti Muslim Amin (2016) yang menyatakan bahwa E-quality mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Selain itu juga pada penelitian Djatmiko (2016) yang menyatakan bahwa E-quality mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap E-satisfaction

Kata Kunci: E-Service Quality, E-Satisfaction