

ABSTRAK

Pada era globalisasi ini, teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan terbukti mampu memberikan banyak dampak ataupun manfaat bagi masyarakat di dunia khususnya dunia bisnis. Masyarakat Indonesia menikmati perkembangan bisnis dalam bentuk transaksi jual beli online (*e-commerce*), salah satunya adalah Zalora. Dengan persaingan yang semakin ketat membuat Zalora menjadi terpacu untuk melakukan perubahan atau upaya - upaya yang dapat meningkatkan penggunaannya sehingga Zalora bisa menjadi *top e-commerce*. Salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayan Zalora yang di harapkan kepuasan pelanggan pun akan meningkat.. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang melakukan pembelian online Zalora di Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan 400 responden *followers* pada e-commerce Zalora di Indonesia melalui *Instagram*. teknik analisis data yang digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitas layanan sudah termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 82,05% dan kepuasan pelanggan sudah termasuk dalam kategori baik dengan persentase sebesar 81,14%. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan besaran pengaruhnya sebesar 22,1% sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Zalora.