

ABSTRAK

Lazada merupakan salah satu *e-commerce* yang menyediakan layanan berbelanja secara *online* yang bertujuan untuk mempermudah penggunaannya dalam mencari apa yang mereka inginkan. Kualitas layanan merupakan salah satu kunci kesuksesan sebuah perusahaan dalam meraih kepuasan pengguna. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* terhadap kepuasan pengguna *e-commerce* Lazada di Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dan kausal. Dengan menggunakan teknik sampling purposive yang ditujukan kepada 97 responden yang telah berbelanja melalui aplikasi Lazada. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif, klasik asumsi, regresi linear sederhana, dan pengujian hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.000 atau < 0.05 , yang berarti *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna Lazada di Bandung. Kemudian, *e-service quality* berpengaruh sebesar 83.3% terhadap kepuasan pengguna Lazada di Bandung. Lazada harus meningkatkan kecepatan konfirmasi pelayanan pada aplikasi/*website*, dengan cara membuat sistem konfirmasi secara otomatis. Selain itu, Lazada harus meningkatkan keunggulan produk yang disediakan di *platform*, dengan cara mencari *brand partner* terpercaya yang memiliki kualitas produk terbaik.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Kepuasan Pengguna, Lazada