

ABSTRAK

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia, yang didorong oleh meningkatnya aksesibilitas internet, telah menciptakan peluang besar bagi perusahaan *e-commerce* seperti Lazada. Namun, peningkatan penggunaan *e-commerce* juga berarti meningkatnya pelaporan keluhan terkait layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh situs *website e-commerce* Lazada di Indonesia terhadap keluhan pelanggan dan loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data dari minimal 119 responden di bantu dengan menggunakan bantuan perangkat lunak G-Power 3.1.9 dan teknik untuk mengumpulkan data menggunakan teknik *non-probability sampling*. Kuesioner dikirimkan melalui Google Form dan data dianalisis menggunakan Smart-PLS 3.2.9 untuk uji validitas dan reliabilitas, serta untuk analisis data.

Hasil penelitian yang dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak Smart-PLS 3.2.9 dengan jumlah sampel yang valid sejumlah 202 responden menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keluhan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Dalam konteks Lazada di Indonesia, semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan, semakin rendah tingkat keluhan pelanggan, dan semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan terhadap Lazada. Penemuan ini memberikan implikasi praktis bagi Lazada dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan meminimalkan keluhan pelanggan.

Dalam rangka mencapai hal ini, Lazada perlu memperkuat sistem penanganan keluhan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan, dan fokus pada pengalaman pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan, sehingga mendorong loyalitas pelanggan dalam konteks *e-commerce*.

Kata kunci: *Customer Complain, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, E-commerce, Lazada, Service quality, Smart-PLS*