

ABSTRAK

Pada penelitian ini berawal dari ditemukannya masalah mengenai tingginya ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh *e-service quality* yang rendah dan harga yang dapat bersaing dengan situs jual beli online lainnya. Kepuasan pelanggan merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dalam sebuah bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Blibli.com secara simultan maupun parsial. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi manajemen FEB Universitas Pasundan Bandung berjumlah 100 responden dari populasi 1.453 mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan teknik Proporsional Random Sampling dengan menggunakan rumus Slovin. Pengujian instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reabilitas. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda, analisis korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-service quality* dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 59,3%. secara parsial menunjukkan bahwa *e-service quality* memiliki pengaruh yang lebih besar yaitu sebesar 43,2% berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan harga memiliki pengaruh sebesar 16% berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : E-Service Quality, Harga dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research begins with the discovery of problems regarding high customer dissatisfaction caused by low e-service quality and prices that can compete with other online buying and selling sites. Customer satisfaction is a very important factor to consider in a business. This study aims to determine the effect of e-service quality and price on customer satisfaction at Blibli.com simultaneously or partially. Respondents in this study were students of the FEB Management study program, Pasundan University, Bandung, totaling 100 respondents from the population of 1.453 students. The research method used is descriptive research method and Proportional Random Sampling technique using the Slovin formula. Testing the research instrument using the validity test and reliability test. The data analysis method used is multiple regression analysis, multiple correlation analysis, hypothesis testing and the coefficient of determination. Based on the results of the study, it shows that e-service quality and price has a positive and significant effect on customer satisfaction by 59,3%. partially shows that e-service quality has a greater influence that is equal to 43,2% has a positive and significant effect on customer satisfaction, and price has an influence of 16% significant and influential effect on customer satisfaction.

Keywords : E-Service Quality, Satisfaction