

ABSTRAK

Pada penelitian ini berawal dari ditemukannya masalah mengenai tingginya ketidakpuasan konsumen yang disebabkan oleh *e-service quality* yang rendah dan harga yang dapat bersaing dengan situs jual beli online lainnya. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting untuk diperhatikan dalam sebuah bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan konsumen pada Blibli.com secara simultan maupun parsial. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung berjumlah 100 responden dari populasi 1000 mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan teknik Proporsional Random Sampling dengan menggunakan rumus Slovin. Pengujian instrument penelitian menggunakan uji validitas dan reliabilitas. 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 konsumen sebesar 55,8%. Secara parsial menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang lebih besar yaitu sebesar 35,4% berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan *e-service quality* memiliki pengaruh sebesar 20,4% berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Harga dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This research begins with the discovery of a problem regarding the high level of consumer dissatisfaction caused by the low quality of electronic services and prices that can compete with other online shopping sites. Consumer 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 consumer satisfaction at Blibli.com simultaneously and partially. Respondents in this study were students of the Management Study Program, Faculty of Economics and Business Pasundan University, Bandung, totaling 100 respondents from a population of 1000 students. The research method used is a descriptive research method and Proportional Random Sampling technique using the Slovin formula. Testing of research instruments using validity and reliability tests. Analysis of data methods used is multiple regression analysis, multiple correlation analysis, hypothesis testing and coefficient of determination. Based on the results of the study, it shows that the quality of electronic services and prices have a positive and significant effect on consumer satisfaction by 55.8%. Partially, it shows that price has a greater influence, namely 35.4%, which has a positive and significant effect on customer satisfaction, and e-service quality has a positive and significant effect of 20.4%, which has a positive and significant effect on customer satisfaction.

Keywords: *E-Service Quality, Price and Customer Satisfaction*