KONTRIBUSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PELANGGAN ZALORA INDONESIA
(Studi Bisnis Online Pada Zalora Indonesia)

ABSTRAK

Zalora Indonesia merupakan bagian dari Zalora Group, yang didirikan pada akhir 2011 oleh Rocket Internet GmbH, Zalora Indonesia sendiri adalah satu pusat belanja *online fashion* terbesar di Indonesia yang menyediakan kebutuhan *fashion* pria dan wanita. Perusahaan berusaha keras untuk memuaskan para pelanggannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan, akan tetapi masih terdapat keluhan yang dialami oleh pelanggan Zalora Indonesia. Hal ini membuat penulis tertarik untuk meneliti kontribusi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada pelanggan zalora Indonesia (Studi Bisnis Online Pada Zalora Indonesia). Tujuan penelitian untuk mengetahui kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mengetahui kontribusi kepuasan terhadap loyalitas pelanggan, mengetahui kontribusi kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan mengetahui kontribusi kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan. Sampel yang diambil dari penelitian ini berjumlah 90 sampel dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan teknik aksidental. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif verifikatif. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linier sederhana, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji t dan uji f. Berdasarkan hasil analisa, hipotesis dalam penelitian ini seluruhnya diterima terkecuali h4, yang dimana kepuasan tidak memediasi hubungan kualitas pelayanan dengan loyalitas. Artinya variabel yang diajukan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan mempunyai kontribusi terhadap loyalitas pelanggan dengan tidak dimediasi oleh kepuasan.

Kata Kunci: ***Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.***

CONTRIBUTION OF QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER LOYALTY THROUGH SATISFACTION AS INTERVENING VARIABLE IN ZALORA INDONESIA
(Online Business Studies At Zalora Indonesia)

ABSTRACT

Zalora Indonesia is part of Zalora group, founded in the end of 2011 by rocket the internet gmbh, Zalora Indonesia has is one online shopping centers fashion largest in Indonesia supply the fashion men and women. It was trying hard to their customers by improving the quality of service, but there are still complaints experienced by customers Zalora Indonesia. This makes writer interested to scrutinize contribution the quality of service for customer loyalty through satisfaction as intervening variable to customers Zalora Indonesia (Online Business Studies at Zalora Indonesia). The purpose of research to know the contribution of the quality of service for customer satisfaction, know the contribution of satisfaction with customer loyalty, know the contribution of the quality of service for customer loyalty and he knows contribution the quality of service for loyalty through customer satisfaction. Samples to be taken from the study were 90 sample with using a technique non-probability sampling to technique accidental. The kind of research this is research descriptive-verifikatif. The method of analysis that used in this research was test the assumption classical, regression analysis linear simple, regression analysis linear multiple, the coefficients determination, a correlation coefficient, test t and the f. based on the results of the analysis, hypothesis in this research entirely accepted except for h4, where satisfaction does not mediate the relationship of service quality with loyalty. It means the variables filed in research is the quality of services have contributed to customer loyalty but not mediated by satisfaction.

Keywords: The quality of services, customer satisfaction , customer loyalty.