**ABSTRAK**

Sheila Ariani / 25150030 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Lazada Indonesia /Pembimbing: Ir. Tumpal J.R. Sitinjak, M.M.

Pada zaman yang semakin modern ini, dimana teknologi semakin baik dan canggih salah satunya internet yang telah mengubah gaya hidup maupun pola hidup manusia termasuk masyarakat Indonesia. Pertumbuhan penggunaan internet yang terjadi di Indonesia juga ternyata mendorong pertumbuhan penggunaan ­*E-commerce* di Indonesia dan pertumbuhan perusahaan *E-commerce* pun di Indonesia semakin gencar sehingga persaingan diantara perusahaan pun semakin ketat. Lazada Indonesia merupakan salah satu E-commerce yang paling banyak dikunjungi oleh masyarakat Indonesia. Menjadi E-commerce yang banyak diminati masyarakat Indonesia tentu saja tidak sembarang, hal ini dapat terjadi karena Lazada Indonesia telah memberikan kualitas produk dan kualitas layanan yang menciptakan kepuasan konsumen sehingga terjadinya keloyalitasan konsumen. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel *Intervening* Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Lazada Indonesia.

Ada beberapa teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah definisi dari Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Kemudian terdapat juga didukung oleh teori yang menjelaskan dimensi – dimensi dari Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen yang digunakan untuk mengukur baik kinerja dari produk, kinerja dari pelayanan serta yang membentuk kepuasan yang konsumen rasakan yang akan pada akhirnya akan membentuk loyalitas konsumen.

Objek dari penelitian ini adalah Lazada Indonesia. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode komunikasi dengan mengumpulkan data dari kuesioner online menggunakan media Google Docs yang disebar sebanyak 100 responden yang pernah berbelanja di Lazada Indonesia dan penarikan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan teknik judgemental sampling. Prosedur yang dugunakan untuk pengujian model dan pengolahan data adalah model persamaan struktural (Structural Equation Modelling) dengan menggunakan WarpPLS 5.0 dan SPSS 20.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen, Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap Loyalitas Konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Kualitas produk dan Kualitas layanan berpengaruh terhadap terbentuknya Kepuasan Konsumen dinyatakan oleh pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk dan Kualitas Layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen baik secara langsung, tidak langsung maupun secara total kecuali untuk pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen secara tidak langsung terbukti tidak signifikan dan untuk Kepuasan Konsumen terbukti berpengaruh terhadap terbentuknya Loyalitas Konsumen.