

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Resiko Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* pada Pelanggan Lazada Mahasiswa Universitas Esa Unggul

Nama : Sefirra Mutiarani

Program Studi : S-1 Manajemen

Penelitian ini menguji pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi resiko terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur. Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden yang merupakan konsumen Lazada pada Mahasiswa Universitas Esa Unggul. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan persepsi resiko terhadap keputusan pembelian, keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, persepsi resiko berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Serta hasil dalam penelitian ini menunjukkan ternyata variabel keputusan pembelian dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan persepsi resiko terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Resiko, Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Title : *Effect of Service Quality and Risk Perception on Customer Satisfaction Through Purchasing Decisions As Intervening Variables on Customers Lazada Esa Unggul University Students*

Name : Sefirra Mutiarani

Study Program : S-1 Management

This study examines the effect of service quality and risk perception on customer satisfaction through purchasing decisions as an intervening variable. The analytical method used in this study is path analysis. The sampling technique in this study uses non probability sampling with purposive sampling technique. The number of samples used was 150 respondents who were Lazada consumers at Esa Unggul University Students. The results of this study indicate that there is a significant influence between service quality and risk perception on purchasing decisions, purchasing decisions have a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, risk perception has a positive and significant effect on customer satisfaction. And the results in this study indicate that the purchasing decision variable can mediate the relationship between service quality and risk perception of customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality, Risk Perception, Purchasing Decision and Customer Satisfaction.*