

ABSTRAK

NURVITA ANGGRIANI. NIM 2019116032. Pengaruh Kualitas Produk dan E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Nappa Milano. Dibawah bimbingan

Ibu Euis Widiati, SE, MM.

Nappa Milano adalah lokal brand sepatu yang berdiri pada tahun 2015, tergolong brand baru namun Nappa Milano membuktikan bisnisnya berkembang karena pengaruh internet yang juga berkembang pesat. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022. Pengguna internet di Indonesia mencapai 210,03 juta orang pada periode 2021-2022. Hal ini berpengaruh terhadap brand Nappa Milano karena dengan ada banyaknya pengguna internet yang menggunakan media sosial dan E-commerce yang menjadi media penjualan yang dapat dimanfaatkan untuk menjual produk mereka selain toko offline. Tidak dipungkiri juga penjualan melalui E-commerce mendapatkan feedback baik dan buruk terhadap produk hingga layanan Nappa Milano. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan e-service quality terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini menggunakan desain penelitian analisis deskriptif kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui google form yang disebarakan kepada 100 responden yang diolah menggunakan Excel serta IBM SPSS Versi 23. Metode analisis yang digunakan yakni analisis deskriptif kuantitatif, uji regresi linier

berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil uji tersebut menunjukan variabel Kualitas Produk dan E-Service Quality berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Nappa Milano.

Kata kunci: Brand lokal, E-Service Quality, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk, Sepatu Loafers

ABSTRACT

NURVITA ANGGRANI. NIM 2019116032. Impact of Product Quality and E-Service Quality on Customer Satisfaction of Nappa Milano. Under the guidance of Mother Euis Widiati, SE, MM.

Nappa Milano is a local leather shoe brand that was founded in 2015, belongs to a new brand but Nappa Milan proves its business is growing thanks to the influence of the Internet that is also expanding rapidly. Based on the survey of the Indonesian Internet Service Maintenance Association (APJII) in 2022. Internet users in Indonesia reached 210.03 million people in the period 2021-2022. This has an impact on the Nappa Milano brand because there are many Internet users who use social media and E-commerce that are the sales media that can be used to sell their products in addition to offline stores. This research aims to determine the impact of product quality and e-service quality on customer satisfaction. In this study, the

research design used quantitative descriptive analysis with data collection techniques using questionnaires through google form distributed to 100 respondents processed using Excel as well as IBM SPSS Version 23. The methods of analysis used are qualitative description analysis, double linear regression test, hypothesis test and determination coefficient.

Based on the results, the variables Product Quality and E-Service Quality have a significant impact on Nappa Milano Customer Satisfaction.

Keywords: Local Brand, E-Service Quality, Customer Satisfaction, Product Quality, Shoes Loafers