

# **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA APLIKASI H&M**

Oleh:  
Alda Eriyanti

Pembimbing:  
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM., CMA

## **ABSTRAK**

Latar belakang penelitian ini adalah adanya permasalahan yang terkait pada Kualitas Pelayanan Pada Aplikasi H&M dan Kepuasan Konsumen. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk menguji antar variabel yang akan diteliti untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi H&M. Objek penelitian ini adalah mahasiswa STIE Ekuitas Bandung yang menggunakan Aplikasi H&M. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien determinasi dan pengujian hipotesis uji t. Secara analisis deskriptif variabel Kualitas Pelayanan mendapatkan skor sebesar 3,371 dan masuk kategori kurang baik. Sedangkan untuk variabel Kepuasan Konsumen mendapatkan skor sebesar 1,878 dan masuk dalam kategori kurang baik. Untuk hasil persamaan regresi linier sederhana  $Y = 11,273 + 0,324X$ . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi H&M. Kualitas Pelayanan berpengaruh sebesar 29,1% terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi H&M dan untuk sisanya yaitu sebesar 70,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Hasil penelitian secara parsial (Uji T) sebesar 6,346 menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi H&M.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen**

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY ON  
CUSTOMER SATISFACTION IN H&M APPLICATIONS**

By:  
Alda Eriyanti

Advisor:  
Dr. Ir. Dani Dagustani, MM., CMA

**ABSTRACT**

*The background of this research is that there are problems related to Service Quality in H&M Applications and Consumer Satisfaction. Therefore this research was conducted with the intent and purpose to test between the variables to be examined to determine the effect of service quality on consumer satisfaction in H&M applications. The object of this research is STIE Ekuitas Bandung students who use the H&M application. The research method used is descriptive and verification methods with a quantitative approach. Respondents in this study were 100 respondents. The analysis technique used is simple linear regression analysis, the coefficient of determination and hypothesis testing. In descriptive analysis, the variable of Service Quality gets a score of 3.371 and is in the poor category. As for the Consumer Satisfaction variable, it gets a score of 1.878 and is included in the unfavorable category. For the results of the simple linear regression equation  $Y = 11.273 + 0.324X$ . The results of this study indicate that service quality has a significant effect on consumer satisfaction in H&M applications. Service Quality has an effect of 29.1% on Consumer Satisfaction in H&M Applications and the remaining 70.9% is influenced by other factors not examined by the authors. The partial results (T test) of 6.346 indicate that service quality has a positive effect on consumer satisfaction in H&M applications.*

**Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction**