

ABSTRAK

Penggunaan internet di Indonesia yang tumbuh dengan pesat diikuti dengan banyak bermunculan situs e-commerce yang merubah budaya dan gaya berbelanja masyarakat menjadi serba online. Kepuasan pelanggan memiliki peran yang sangat penting bagi perusahaan. Meningkatkan kepuasan pelanggan berarti meningkatkan laba sekaligus mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kepuasan pelanggan ada beberapa faktor yang mendukung yaitu kualitas produk, merek dan pengalaman belanja dengan ketiga faktor tersebut mampu mempengaruhi kepuasan pelanggan apakah pelanggan itu puas atau tidak setelah melakukan transaksi belanja online di aplikasi shopee. Variabel independent yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, merek, pengalaman belanja dan variabel dependent adalah kepuasan pelanggan.

Responden dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi shopee yang sudah melakukan pembelian yang berada diseluruh indonesia dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah nonprobability sampling yaitu purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data regresi berganda dan teknik analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, merek, pengalaman belanja berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja online.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, merek, pengalaman belanja memiliki pengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, secara parsial, kualitas produk, merek, pengalaman belanja memiliki pengaruh signifikan yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Aplikasi Shopee, E-commerce, Kualitas Produk, Merek, Pengalaman Belanja