

ABSTRAK

Shopee adalah aplikasi yang memfasilitasi pembelian dan penjualan produk yang cepat dan mudah di perangkat seluler. Shopee memiliki berbagai macam hal untuk dipilih, termasuk fashion dan kebutuhan sehari-hari. Dengan menggunakan email dan aplikasi seluler yang disebut Shopee, konsumen dapat melakukan pembelian online tanpa mengunjungi situs web. Shopee akan memberikan pengalaman berbelanja yang unik jika masuk ke Indonesia. Shopee memberi pelanggan cara yang aman untuk membayar, opsi pengiriman terintegrasi, dan cara sederhana bagi bisnis untuk menjual barang dagangan mereka.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Faktor Penentu yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan di kalangan Mahasiswa Telkom University dalam Belanja Online Shopee pasca Pandemi COVID-19.

Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk memvalidasi model pengukuran dan untuk menguji hubungan kausal dalam model, penelitian ini menggunakan dua variabel, Independent (Faktor Penentu) dan Dependent (Customer Satisfaction)

Berdasarkan hasil analisis, hasilnya menunjukkan bahwa keputusan konsumen, teknologi, dan pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen yang juga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Mengejutkannya, operasional, produk/layanan, dan harga ditemukan tidak signifikan sebagai prediktor untuk keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Belanja Online, Kepuasan Pelanggan, Pemodelan Persamaan Struktural, Shopee*