

# ***THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION SHOPEE***

***By Rana Aqilah Mahedinar***

## ***Abstract***

*This research is a quantitative method which aims to determine how the influence between service quality and trust toward customer satisfaction. This research using the primary sources of data and the population on this research were 239 respondents of e-commerce Shopee consumer which is spread in faculty of economics and business at Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta especially the 2018 year's generation. The sampling technique is using non-probability sampling with a purposive sampling method. The data was collected by using e-questionnaire with google form through the social platform community. The analysis technique in this research is using descriptive data analysis and inferensial data analysis, and the analysis tool used was SmartPLS (Partial Least Square) 3.0 version. The outcome of this research is that: (1) service quality has a positive significant effect with path coefficient 0,624 on customer satisfaction, (2) trust also has a positive significant effect with path coefficient 0,241 on customer satisfaction.*

***Keywords:*** *E commerce, service quality, trust, customer satisfaction*

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SHOPEE**

**Oleh Rana Aqilah Mahedinar**

## **Abstrak**

Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk membuktikan, menganalisis besar pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan populasi dari penelitian ini berjumlah 239 responden yang merupakan mahasiswa pengguna *e-commerce* Shopee yang tersebar pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Angkatan 2018. Penggunaan teknik sampel ialah non probabilitas sampel dengan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan kuesioner *electronic* dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk *google form* melalui berbagai sosial media. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis secara deskriptif dan inferensial, dan alat uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah *SmartPLS (Partial Least Square)* versi 3.0. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa: (1) kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien jalurnya sebesar 0,624 terhadap kepuasan pelanggan, (2) kepercayaan memiliki arah pengaruh positif dan signifikan dengan koefisien jalurnya sebesar 0,241 terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** *E-commerce*, kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan pelanggan.