

***The Influence of Product Quality, Promotion, and Brand Image on Consumer Satisfaction in Shopee's E-Commerce
(A Case Study on Students in South Jakarta)***

By Viona Aliadisa

Abstract

When many people choosing to shop online, especially during the Covid-19 pandemic, there is a great need for e-commerce with the best quality products, promotions, and brand image. This study aims to prove that there is an effect of product quality on consumer satisfaction, promotion on consumer satisfaction, and brand image on consumer satisfaction. This research is a quantitative research with primary sources of data. The object of this research is students in South Jakarta who use Shopee to shop online. The sample used was 100 respondents, with non propability sampling method especially purposive sampling. Data collection was done through online questionnaires using Google Form. Analytical technique using PLS (Partial Least Square) method with SmartPLS 3.0 application. The results of this research indicate that (1) product quality has a significant influence on customer satisfaction with a coefficient value of 0.493 (2) promotion has a significant influence on customer satisfaction with a coefficient value of 0.421 (3) brand image has no significant influence on customer satisfaction with a coefficient value of -0.007. With the contribution value together with R Square Adjusted 0.730 or there are 73% that affect consumer satisfaction, with 23% influenced by other variables.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Brand Image, Consumer Satisfaction, Shopee*

**Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan
Konsumen pada *E-Commerce* Shopee
(Studi Kasus pada Mahasiswa di Jakarta Selatan)**

Oleh Viona Aliadisa

Abstrak

Dengan banyaknya masyarakat yang memilih untuk berbelanja melalui *online*, khususnya saat pandemi Covid-19 ini, maka sangat dibutuhkan *e-commerce* dengan kualitas produk, promosi, dan citra merek yang terbaik. Penelitian ini memiliki tujuan untuk membuktikan bahwa adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, promosi terhadap kepuasan konsumen, dan citra merek terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa di Jakarta Selatan yang menggunakan Shopee untuk berbelanja *online*. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden, dengan metode *non probability sampling* khususnya *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara daring menggunakan media *Google Form*. Teknik analisis yang digunakan ialah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan aplikasi SmartPls 3.0. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.493 (2) promosi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.421 (3) citra merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar -0.007. Dengan nilai kontribusi secara bersama-sama dengan R Square Adjusted 0.730 atau terdapat 73% yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan 23% dipengaruhi variabel lainnya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Promosi, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Shopee