

ABSTRACT

This quantitative research aims to investigate, demonstrate, and analyze the influence of price discounts, free shipping, and cashback on customer satisfaction in the Shopee e-commerce platform in the city of Depok. The population of this study consists of Shopee application users in Depok. Sample selection utilized non-probability sampling through purposive sampling technique, with data collected through the distribution of questionnaires via Google Forms, targeting 100 respondents. Data analysis was conducted through descriptive and inferential analysis, employing the SmartPLS 3.2.8 application as a tool. The results of the hypothesis testing are as follows: (1) price discounts have a positive and significant influence on customer satisfaction at 0.332, (2) free shipping has a positive and significant influence on customer satisfaction at 0.317, (3) cashback has a positive and significant influence on customer satisfaction at 0.289. The combined contribution is indicated by the value of Adjusted R Square, which is 0.627 or 62.7%, while the remaining 37.3% is influenced by other factors.

Keywords: *price discounts, free shipping, cashback, customer satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui, membuktikan dan menganalisis adanya pengaruh potongan harga, gratis ongkir dan cashback terhadap kepuasan konsumen e-commerce Shopee di Kota Depok. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Kota Depok. Pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling dengan metode purposive sampling, data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner melalui gform dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan inferensial dengan menggunakan alat bantu aplikasi SmartPLS 3.2.8. Hasil dari uji hipotesis adalah sebagai berikut, (1) potongan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,332 positif dan signifikan, (2) gratis ongkir berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,317 positif dan signifikan, (3) cashback berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,289 positif dan signifikan. Sedangkan untuk kontribusi secara bersamaan ditunjukkan oleh besarnya nilai R Square Adjusted yaitu sebesar 0,627 atau 62,7% sedangkan 37,3% oleh faktor lainnya.

Kata Kunci: Potongan Harga, Gratis Ongkir, Cashback, Kepuasan Konsumen