

**PENGARUH *POST PURCHASE EXPERIENCE* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* SHOPEE DI SURABAYA**

**Ilham Ageng Sugilantoko**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya**

**Hj. Fitri Novika Widjaya, S.Si, M.MT.**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya**

**Drs.ec Antonius Budhiman S., M.Sc.**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh *customer service*, *shipping*, *tracking*, dan *return* terhadap *customer satisfaction* pada pengguna aplikasi Shopee di Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah *conclusive research* dengan tujuan *causal* dan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan *purposive sampling* yang merupakan teknik pengambilan berdasarkan tujuan untuk mendapatkan sampel dari orang – orang yang memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 148 orang. Analisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dan kemudian diolah menggunakan *software* SPSS versi 26 *for windows*. Hasil analisis regresi berganda yang dilakukan menunjukkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Dengan  $R^2$  adalah 0,487 yang berarti sebanyak 48,7% variasi variabel *Customer Satisfaction* dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen yakni *Customer service*, *Shipping*, *Tracking*, dan *Return*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan *customer service* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh positif dan signifikan *shipping* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh positif dan signifikan *tracking* terhadap *customer satisfaction*, pengaruh positif dan signifikan *return* terhadap *customer satisfaction*.

Kata Kunci: *Post Purchase Experience*, *Online Shopping*, *Customer Satisfaction*

**PENGARUH *POST PURCHASE EXPERIENCE* TERHADAP  
*CUSTOMER SATISFACTION* SHOPEE DI SURABAYA**

**Ilham Ageng Sugilantoko**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya**

**Hj. Fitri Novika Widjaya, S.Si, M.MT.**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya**

**Drs.ec Antonius Budhiman S., M.Sc.**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya**

***ABSTRACT***

*This study aims to prove the effect of customer service, shipping, tracking, return on customer satisfaction on Shopee application users in Surabaya. This type of research is conclusive research with causal objectives and quantitative research approaches. This study uses a purposive sampling approach which is a sampling technique based on the purpose of getting samples from people who meet certain predetermined criteria. Respondents used in this study were 148 people. The analysis in this study is multiple linear regression and then processed using SPSS software version 26 for windows. The results of the multiple regression analysis conducted showed that all variables significantly influence customer satisfaction. With  $R^2$  is 0.487 which means as much as 48.7% of the variation in Customer Satisfaction variables can be explained by the four independent variables namely Customer service, Shipping, Tracking, and Return. The results of this study indicate that there is a positive and significant effect of customer service on customer satisfaction, positive and significant effect of shipping on customer satisfaction, positive and significant effect of tracking on customer satisfaction, positive influence and significant return on customer satisfaction.*

*Keywords: Post Purchase Experience, Online Shopping, Customer Satisfaction*