

**FAKTOR YANG MEMENGARUHI BELANJA ONLINE TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS  
SURABAYA**

Farid Wajdi Amanillah

Manajemen/ Manajemen Jejaring Bisnis

Fitri Novika Widjaja dan Antonius Budhiman Setyawan

**ABSTRAK**

Digitalisasi membawa perubahan perilaku belanja *online* masyarakat sehingga terjadi pergeseran nilai sosial yang awalnya transaksi dilakukan secara verbal, sedangkan berbelanja *online* transaksinya dilakukan hanya melalui komputer ataupun *smartphone* dengan memanfaatkan internet. Efisiensi waktu menjadi salah satu hal yang diburu oleh masyarakat modern saat ini, terlebih pada kalangan produktif seperti mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk melihat faktor apa saja yang memengaruhi kepuasan mahasiswa dalam aktivitas belanja *online*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan uji statistik *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Security*, *Information Availability*, dan *Pricing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Sedangkan *Shipping*, *Quality*, dan *Time* memiliki arah positif namun tidak signifikan terhadap *Customer Satisfaction* yang artinya tiga variabel tersebut tidak terbukti memiliki pengaruh terhadap *Customer Satisfaction*.

**Kata Kunci:** *Customer Satisfaction, Structural Equation Model, Belanja Online, Mahasiswa*

***FACTORS AFFECTING ONLINE SHOPPING ON  
CUSTOMER SATISFACTION IN SURABAYA UNIVERSITY STUDENTS***

Farid Wajdi Amanillah

Manajemen/ Manajemen Jejaring Bisnis

Fitri Novika Widjaja *and* Drs.ec. Antonius Budhiman Setyawan

***ABTRACT***

*Digitalization has brought about changes in people's online shopping behavior resulting in a shift in social values, where initially transactions were carried out verbally, while online shopping transactions were carried out only via computers or smartphones using the internet. Time efficiency is one of the things that is being pursued by today's modern society, especially in productive circles such as students. This study aims to see what factors influence student satisfaction in online shopping activities. Data was collected by distributing questionnaires with the Structural Equation Model (SEM) statistical test. The results of the study show that Security, Information Availability, and Pricing have a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Meanwhile Shipping, Quality, and Time have a positive direction but are not significant to Customer Satisfaction, which means that these three variables are not proven to have an influence on Customer Satisfaction.*

**Keywords:** *Customer Satisfaction, Structural Equation Model, Online Shopping, Student.*