

**PENGARUH HARGA, MEDIA SOSIAL, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SHOPEE
DIKALANGAN MAHASISWA POLITEKNIK NEGERI JEMBER**

Dr. ardhitya alam wiguna. S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing

**Dery Wisnu Bernanda
Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional
Jurusan Bisnis**

ABSTRAK

Penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan data empiris dan pendekatan eksplanatori yang menjelaskan sebab akibat antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Jember yang menggunakan shopee, dengan jumlah sampel 55 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap responden dan diperkuat dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian dalam dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X1), media sosial (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Selain itu variabel harga X1), media sosial (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). shopee dikalangan mahasiswa Politeknik Negeri Jember dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci : Harga, Media Sosial, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

**THE EFFECT OF PRICE, SOCIAL MEDIA, AND SERVICE
QUALITY ON SHOPEE CONSUMER SATISFACTION AMONG
STUDENTS OF THE STATE POLYTECHNIC OF JEMBER**

Mr. Dr. Ardhita Alam Wiguna as the supervising lecturer

Dery Wisnu Bernanda

International Marketing Management Study Program

Business Department

ABSTRACT

This study uses a quantitative approach based on empirical data and an explanatory approach that explains the causal relationship between two or more variables. The population in this study consisted of students of Politeknik Negeri Jember who use Shopee, with a total sample of 55 respondents. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to respondents and were supported by observation, interviews, and documentation. The data were then analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS. The results of the study indicate that the variables of price (X1), social media (X2), and service quality (X3) partially influence consumer satisfaction (Y). In addition, the variables of price (X1), social media (X2), and service quality (X3) simultaneously influence consumer satisfaction (Y) among Shopee users among students of Politeknik Negeri Jember, with a significance value of 0.000 which is smaller than 0.05.

Keywords: Price, Social Media, Service Quality, Consumer Satisfaction.