

**PENGARUH DIGITAL MERKETING, PERSEPSI LAYANAN , KOMENTAR
PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA
APLIKASI SHOPEE DI KOTA MEDAN**

Ira Junita Br Hutapea¹, Julius Tambunan², Yusni Agrawa Pasaribu³

ABSTRAK

Digital marketing saat ini sangat mempermudah masyarakat milenial dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu bukti kemajuan digital marketing ialah aplikasi shopee, namun kemajuan digital marketing masih belum 100% dapat memuaskan konsumen karena ada beberapa hal diduga dapat berpengaruh pada kepuasan pelanggan yaitu digital marketing sering terjadi kesulitan untuk mengakses aplikasi shopee pada jam tertentu dikarenakan sering terjadinya buffering dan loading page sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan persepsi layanan pada aplikasi shopee tergantung pada respon penjual yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kurangnya kevalidasian di aplikasi shopee memunculkan berbagai komentar pelanggan yang berasal dari respon pengguna aplikasi shopee yang bisa berisikan komentar positif-negatif yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan supaya menguji serta menyurvei pengaruh digital marketing, persepsi layanan, juga komentar pelanggan terhadap penilaian kepuasan pelanggan dalam menggunakan aplikasi Shopee. Penelitian ini dilakukan di Kota Medan dengan memilih wilayah Medan - Helvetia. Pendekatan penelitian dibuat dengan metode kuantitatif. Dengan 164.910 orang disebut sebagai populasi warga kelurahan Medan - Helvetia. Rumus Slovin ialah rumus yang dipercaya untuk memilih sampel lalu diperoleh 100 responden dengan menggunakan % error sebesar 10%. Dari hasil riset ini memperlihatkan bahwa digital marketing, persepsi layanan dan komentar pelanggan memengaruhi positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pemakai aplikasi shopee pada kota Medan.

Kata Kunci: Digital Marketing, Persepsi Layanan, Komentar Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

**INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING, SERVICE PERCEPTION,
CUSTOMER COMMENTS ON CUSTOMER SATISFACTION USER
SHOPEE APPLICATION IN MEDAN CITY**

**Ira Junita Br Hutapea¹ , Julius Tambunan² , Yusni agrawa Pasaribu³
Universitas Prima Indonesia, Medan**

ABSTRACT

Digital marketing is now very easy for millennial people to meet their daily needs. One proof of digital marketing progress is the shopee application, but the progress of digital marketing is still not 100% can satisfy consumers because there are some things allegedly affecting customer satisfaction, namely digital marketing often difficulty in accessing the shopee application at certain hours due to frequent buffering and loading Page so those it could affect customer satisfaction. While the service perception of the Shopee application depends on the seller's response that will affect customer satisfaction. Lack of validation in the Shopee application raises various customer comments from the Shopee application user response that can contain positive-negative comments that will concern customer conviction. This train was conducted to test and anatomize the effects of digital marketing, service perceptions, and customer comments on customer satisfaction assessment in using the Shopee application. This research was conducted in Medan by choosing Medan - Helvetia. Research approach utilize quantitative methods. That population in this study was 164,910 residents of Medan - Helvetia Village. The sample determination technique using the Slovin formula obtained 100 respondents using % error of 10 %. From the outcome of this train shows the digital merkening, treatment perceptions and customer comments have a positiv and significant effect for customer satisfaction of Shopee applications in Medan City.

Keywords: Digital Marketing, Service Perception, Customer Comments, Customer Satisfaction

