

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPUASAAN PELANGGAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

**ABSTRAK Oleh:
Izza Chaidar Arzaq
2061172**

**Dosen Pembimbing:
Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang pada E-Commerce Shopee (studi pada mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang). Metodologi penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dalam penelitian yang telah dilakukan menghasilkan sebanyak 100 responden. Dalam penelitian ini, untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, dilakukan serangkaian uji statistik seperti uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji regresi linier berganda, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji hipotesis. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS 25.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa promosi dan kepuasan pelanggan di Shopee memiliki dampak positif yang signifikan terhadap minat beli ulang pengguna platform tersebut. Semakin efektif strategi promosi dan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka semakin besar minat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di Shopee.

Kata kunci : Promosi, Kepuasan, dan Minat Beli Ulang.

**PENGARUH PROMOSI DAN KEPUASAAN PELANGGAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA *E-COMMERCE* SHOPEE
(Studi Pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang)**

ABSTRACT By:

**Izza Chaidar Arzaq
2061172**

Advisor:

Dr. Nuri Purwanto, S.ST., MM

This study aims to determine the effect of promotion and customer satisfaction on repurchase interest in E-Commerce Shopee (study on STIE PGRI Dewantara Jombang students). The research methodology used is a quantitative approach. Sampling in the research that has been done results in 100 respondents. In this study, to solve existing problems, a series of statistical tests were carried out such as validity test, reliability test, normality test, multiple linear regression test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, and hypothesis testing. Data analysis was carried out using multiple linear regression with the help of SPSS 25 software. Based on the results of data analysis and previous discussion, it can be concluded that promotion and customer satisfaction at Shopee have a significant positive impact on the repurchase intention of users of the platform. The more effective the promotion strategy and the higher the level of customer satisfaction, the greater the customer's interest in making repeat purchases at Shopee.

Keywords: Promotion, Satisfaction, and Repurchase Interest.