

RINGKASAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan *e-commerce* dan adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu mengenai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Permasalahan utama difokuskan pada bagaimana kualitas layanan dan citra merek dapat meningkatkan kepuasan pengguna Shopee melalui keputusan pembelian sebagai variabel mediasi.

Tujuan penelitian adalah menguji pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian serta kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 150 responden pengguna Shopee di Kabupaten Purbalingga. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.1.1.8.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan citra merek berpengaruh *positif signifikan* terhadap keputusan pembelian, yang selanjutnya berdampak pada kepuasan pelanggan. Keputusan pembelian terbukti menjadi mediator yang kuat, mengingat kualitas layanan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan. Simpulannya, penguatan keputusan pembelian sangat krusial untuk menjamin kepuasan pelanggan di platform Shopee.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Citra Merek, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan, *E-commerce*.

SUMMARY

This research is driven by the intense competition in e-commerce and the inconsistency of previous research findings regarding the factors that influence Customer Satisfaction. The main issue focuses on how service quality and brand image can enhance Shopee users' satisfaction thru purchase decisions as an intermediary variable.

The objective of this research is to examine the influence of service quality and brand image on purchase decisions and Customer Satisfaction. The method used is quantitative by distributing questionnaires to 150 Shopee users in Purbalingga Regency. Data analysis was conducted using the Partial Least Square (PLS) approach with the help of SmartPLS 4.1.1.8 software.

The research results show that service quality and brand image have a significant positive impact on purchasing decisions, which in turn affects Customer Satisfaction. The purchase decision has proven to be a strong mediator, considering that service quality does not directly affect satisfaction. In conclusion, strengthening the purchase decision is crucial to ensuring Customer Satisfaction on the Shopee platform.

Keywords: Service quality, Brand image, Purchase decision, Customer Satisfaction, E-commerce.