

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN *SHOPEEFOOD* DI
UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA MEDAN**

Oleh :

**Eka Wijayati Silaen
190311013
ekawijayati18@gmail.com**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan *ShopeeFood* di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. Pengaruh Promosi dan kemudahan penggunaan akan dianalisis secara parsial dan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara langsung di Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan dengan teknik pengambilan survei. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. Metode analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel Promosi (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y), sedangkan variabel Kemudahan penggunaan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). dapat disimpulkan bahwa nilai $F_{hitung} (92,468) > F_{tabel} (3,09)$ atau sig. sebesar $0,000 < 0,05$. Data diolah secara statistik dengan menggunakan alat bantu program SPSS 26.

Kata Kunci : Promosi, Kemudahan Penggunaan, dan Kepuasan Pelanggan.

**THE INFLUENCE OF PROMOTION AND EASE OF USE ON
SHOPEEFOOD CUSTOMER SATISFACTION AT SARI MUTIARA
INDONESIA UNIVERSITY MEDAN**

By:

**Eka Wijayati Silaen
190311013
ekawijayati18@gmail.com**

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotion and ease of use on ShopeeFood customer satisfaction at Sari Mutiara Indonesia University Medan. The effect of promotion and ease of use will be analyzed partially and simultaneously on customer satisfaction. The research method used is quantitative research. Data collection techniques using questionnaires distributed directly at Sari Mutiara Indonesia University Medan with survey techniques. The sample in this study were students of Sari Mutiara Indonesia University Medan. The analysis method used is validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. The results of the research conducted show that the Promotion variable (X1) has a significant effect on customer satisfaction (Y), while the Ease of use variable (X2) has a significant effect on customer satisfaction (Y). it can be concluded that the F_{hitung} value (92.468) > F_{tabel} (3.09) or sig. of 0.000 < 0.05. The data is processed statistically using the SPSS 26 program tool.

Keywords: Promotion, Ease of Use, and Customer Satisfaction.