

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING*  
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Ahmad Dahlan  
Yogyakarta



**Disusun Oleh :**

**BELLA VERNANDA**

**NIM: 2000011210**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN  
YOGYAKARTA  
2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS**  
**PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL**  
***INTERVENING***  
**(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Diajukan Oleh:  
**BELLA VERNANDA**  
NIM: 2000011210



Telah disetujui oleh:

Pembimbing



**Dr. Fitroh Adhilla S.E., M.Si.**  
NIY. 60010373

Tanggal... **24 Februari** ...2024

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS**  
**PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL**  
***INTERVENING***  
**(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Diajukan Oleh  
BELLA VERNANDA  
NIM: 2000011210


Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di Depan  
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta  
Tanggal: ..... 24 FEBRUARI ..... 2024

Yang terdiri dari


Ketua Tim Penguji

  
Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.  
NIPM: 196205021987032001

Anggota Tim Penguji I

  
Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.  
NIY. 60010373


Anggota Tim Penguji II

  
Deny Ismanto, S.E., M.M.  
NIPM. 198105182014081111138127

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Ahmad Dahlan



  
Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR  
NIY. 60960144

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)”** ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan hal-hal tersebut di atas yakni mengakui karya orang lain seolah-olah sebagai karya saya sendiri, maka dengan ini saya menyatakan menarik skripsi saya, selanjutnya ijazah dan gelar yang telah saya terima dari universitas saya nyatakan gugur.

Yogyakarta, 24 Februari 2024

Yang menyatakan,



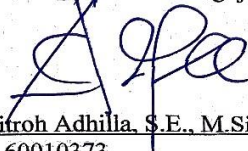
Bella Vernanda  
NIM 2000011210

Saksi 1, Ketua Tim Penguji



Dr. Salamatus Asakdiyah, M.Si.  
NIPM:196205021987032001

Saksi 2, Anggota Tim Penguji I



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.  
NIY: 60010373

Saksi 3, Anggota Tim Penguji II



Deny Ismanto, S.E., M.M.  
NIPM198105182014081111138127

## PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Bella Vernanda  
Nim : 2000011210  
Email : bella2000011210@webmail.uad.ac.id  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Ahmad Dahlan ataupun institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan terjemahan melainkan merupakan gagasan rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian atau implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan tidak benaran dalam penelitian ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 24 Februari 2024  
Yang menyatakan



Bella Vernanda  
NIM 2000011210

## PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Bella Vernanda  
Nim : 2000011210  
Email : bella2000011210@webmail.uad.ac.id  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program : Manajemen  
Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

Dengan ini saya menyatakan hak sepenuhnya kepada Pusat Sumber Belajar Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut.

Saya (**mengizinkan / ~~tidak mengizinkan~~**)\* karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Pusat Belajar Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yogyakarta, 24 Februari 2024  
Yang menyatakan



Bella Vernanda  
NIM 2000011210

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si.  
NIY. 60010373

## **MOTTO**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S. Al-Baqarah: 286)

“Orang lain gak akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian success storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.

Jadi tetap berjuang ya.”

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ◆ Puji syukur kepada Allah SWT yang tak henti-hentinya memberikan kesehatan dan kelancaran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya ini dengan baik.
- ◆ Kepada kedua orangtua saya yang terhebat yakni Bapak Pariyo dan Ibu Maryuti yang selalu sabar dan selalu mendoakan anaknya sehingga bisa menyelesaikan pendidikan sampai jenjang Sarjana.
- ◆ Kepada semua keluarga besar Kakek Darmo Dasimin dan Nenek Juminem. Yang selalu menasehati, memberi dukungan serta doa kepada saya sehingga bisa menyelesaikan pendidikan sampai jenjang Sarjana.
- ◆ Kepada satu lelaki hebat Rafi Saputra yang selalu kebersamai, mendukung, menemani saya dalam proses pengerjaan skripsi ini.
- ◆ Kepada teman-teman kuliah saya Deswita Rindiani, Prasasti Shabrina, Chaterina Cahyani, Annisa Nur Rahmawati, Dewi Kurniawati, Deviana Vida Astuti, Syarifah Pakung Wati, Andra Galih Firmansyah, Rozaq Aji Luhur karena telah kebersamai, membantu dan menemani dalam pengerjaan skripsi ini.
- ◆ Kepada teman-teman rumah saya Imrotul Khasanah, Rofiah Hayu Anggriani, Siti Masruroh, Roisul Mujtarik yang telah memberi dukungan kepada saya.
- ◆ Kepada Ibu Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bersedia



meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

- ◆ Kepada Bapak Deny Ismanto, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingan serta arahan selama menempuh kuliah 7 semester ini.
- ◆ Segenap Civitas Akademik Kampus Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta, Dosen Pengajar, dan karyawan.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah Swt. Atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)”**.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna baik dari penulisan maupun isinya, hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Penulis berusaha untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Penulis mengharapkan kritik dan saran untuk memperbaiki kelemahan dan kekurangan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam proses penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Muchlas, M.T. selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan kesempatan menimba ilmu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.
2. Ibu Dr. Dini Yuniarti, S.E., M.Si., CIQnR. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan dukungan dan fasilitas kepada penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan.

3. Ibu Tina Sulistiyani, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberi dukungan dalam melakukan penelitian ini.
4. Ibu Dr. Fitroh Adhilla, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta bersedia meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan, khususnya dosen Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis Bapak Pariyo dan Ibu Dasih Maryuti dan keluarga besar yang senantiasa memberi dukungan, nasihat, serta do'a yang tak henti untuk penulis.
7. Seluruh responden yang telah bersedia mengisi kuesioner yang telah penulis berikan.
8. Teman-teman yang telah bersedia membantu ketika penulis mengalami kesulitan saat mengerjakan skripsi.
9. Serta berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pembacanya.

Yogyakarta, 24 Februari 2024



Bella Vernanda  
NIM. 200011210

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN AKSES .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBASAHAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 <i>Customer Experience</i> (Pengalaman Pelanggan).....	8
2.1.2 <i>Customer Loyalty</i> (Loyalitas Pelanggan) .....	10
2.1.3 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan) .....	11
2.2 Hipotesis .....	13
2.3 Model Penelitian.....	17
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>18</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	18
3.2 Populasi, Sampel, Teknik Sampling dan Target Sampel.....	19
3.2.1 Populasi Penelitian.....	19

3.2.2 Sampel Penelitian .....	19
3.2.3 Teknik Sampling.....	20
3.2.4 Target Sampel.....	20
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.5 Skala Pengukuran .....	22
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	22
3.7 Analisis Data .....	24
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	25
3.7.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	26
3.8 Uji Hipotesis.....	26
3.9 Uji Mediasi.....	27
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>28</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	28
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	28
4.1.2 Visi Dan Misi Shopee .....	28
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden .....	29
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	32
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Customer Experience</i> (X).....	32
4.3.2 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	33
4.3.3 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Z) .....	33
4.4 Hasil Metode PLS.....	34
4.4.1 Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	34
4.4.1.1 Uji Analisis Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ) ....	34
4.4.1.2 Uji Analisis Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> )	39
4.4.1.3 Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ).....	40
4.4.2 Analisis Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	40
4.4.2.1 <i>R Square</i> .....	40
4.4.2.2 <i>Goodness Of FIT</i> .....	41
4.4.2.3 Nilai <i>F Square</i> .....	41
4.4.2.4 <i>Q Square</i> .....	42

4.5 Uji Hipotesis.....	43
4.6 Uji Mediasi.....	44
4.7 Pembahasan.....	45
4.7.1 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	45
4.7.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	46
4.7.3 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	47
4.7.4 Pengaruh <i>Customer Experience</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening .....	49
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>51</b>
5.1 Kesimpulan .....	51
5.2 Saran .....	52
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>58</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	62
Lampiran 3 Hasil Olah Data <i>SmartPLS</i> .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran Likert .....	22
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	22
Tabel 4.1 Karakteristik Responden .....	29
Tabel 4.2 Deskripsi Variabel <i>Customer Experience</i> .....	32
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	33
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	33
Tabel 4.5 Nilai <i>Outer Loading</i> Validitas Konvergen (Uji Pertama) .....	35
Tabel 4.6 Nilai AVE (Uji Pertama) .....	36
Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Loading</i> Validitas Konvergen (Uji Kedua) .....	37
Tabel 4.8 Nilai AVE (Uji Kedua) .....	38
Tabel 4.9 <i>Cross Loading Discriminant Validity</i> .....	39
Tabel 4.10 <i>Cronbach's Alpha dan Composite Reliability</i> .....	40
Tabel 4.11 <i>R Square</i> .....	40
Tabel 4.12 Model FIT .....	41
Tabel 4.13 <i>F Square</i> .....	41
Tabel 4.14 Uji Hipotesis .....	43
Tabel 4.15 Uji Mediasi.....	44

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat <i>Top Brand Award</i> 2023 Kategori Situs Jual Beli <i>Online</i> ...	3
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Uji Validitas Konvergen Pertama.....	35
Gambar 4.2 Uji Validitas Konvergen Kedua .....	37



**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS  
PELANGGAN MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING*  
(Studi Kasus Pada Pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih seiring meningkatnya penggunaan internet oleh masyarakat. Saat ini, internet tidak hanya digunakan sebagai media informasi saja tetapi juga digunakan untuk media bisnis online melalui layanan berbasis website. Bisnis *online* sering disebut dengan perdagangan elektronik atau *e-commerce*. Salah satu perusahaan *e-commerce* yang ada di Indonesia adalah Shopee. Shopee menawarkan pengalaman belanja *online* dengan pilihan produk yang beragam serta memberi pelayanan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *customer experience* (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan (Z) sebagai variabel *intervening* (studi kasus pada pengguna Shopee di Daerah Istimewa Yogyakarta). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel adalah 100 responden pengguna Shopee di DIY. Teknik pengambilan sampel menggunakan *teknik non-probability sampling* dengan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner melalui *google form* dengan skala likert 1-5. Analisis data menggunakan *outer model*, *inner model*, uji hipotesis dan uji mediasi menggunakan SmartPLS versi v.4.0.9.8.

Hasil menunjukkan bahwa *customer experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t statistik  $22,040 > t$  tabel 1,984, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t statistik  $6,754 > t$  tabel 1,984, *customer experience* secara langsung tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t statistik  $0,420 < t$  tabel 1,984, dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan sebagai variabel *intervening* dengan nilai t statistik  $5,949 > t$  tabel 1,984. Saran untuk penelitian selanjutnya agar menambahkan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti variabel kepercayaan, komitmen dan nilai pelanggan.

Kata Kunci: *Customer Experience*, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan

**THE EFFECT OF CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER LOYALTY  
THROUGH SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE  
(Case Study of Shopee Users in the Special Region of Yogyakarta)**

**ABSTRACT**

*Technological developments are becoming more sophisticated day by day along with the increasing use of the internet by society. Currently, the internet is not only used as an information medium but is also used as an online business medium through website-based services. Online business is often called electronic commerce or e-commerce. One of the e-commerce companies in Indonesia is Shopee. Shopee offers an online shopping experience with a wide selection of products and provides services to meet consumer needs.*

*The aim of this research is to determine the effect of customer experience (X) on customer loyalty (Y) through satisfaction (Z) as an intervening variable (case study of Shopee users in the Special Region of Yogyakarta). This study uses a quantitative approach. The sample size is 100 Shopee user respondents in DIY. The sampling technique uses a non-probability sampling technique with purposive sampling. The data collection technique uses a questionnaire via Google Form with a Likert scale of 1-5. Data analysis using outer model, inner model, hypothesis testing and mediation testing using SmartPLS version v.4.0.9.8.*

*The results show that customer experience has a positive and significant influence on customer satisfaction with a statistical  $t$  value of  $22.040 > t$  table  $1.984$ , customer satisfaction has a positive and significant influence on customer loyalty with a statistical  $t$  value of  $6.754 > t$  table  $1.984$ , customer experience directly has no significant effect on customer loyalty with a statistical  $t$  value of  $0.420 < t$  table  $1.984$ , and customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty through satisfaction as an intervening variable with a statistical  $t$  value of  $5.949 > t$  table  $1.984$ . Suggestions for further research are to add variables that can influence customer loyalty, such as trust, commitment and customer value variables.*

*Keywords: Customer Experience, Customer Loyalty, Customer Satisfaction*