

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji “Pengaruh Kualitas Produk, Keamanan, Kepercayaan, Harga, Kemudahan, Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian Terhadap *E-commerce* Shopee”. Variabel independent pada penelitian ini adalah kualitas produk, keamanan, kepercayaan, harga, kemudahan, dan promosi. Sedangkan variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan PLS atau Partial Least Square dengan software SmartPLS 3.0. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner aplikasi google form untuk mengumpulkan informasi responden. Sampel pada penelitian ini adalah semua kalangan yang menggunakan *e-commerce* shopee yang berjumlah 150 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, keamanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemudahan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, dan promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepercayaan, Keamanan, Harga, Kemudahan, Promosi, Kepuasan Konsumen**