

ABSTRAK

Penggunaan internet di Indonesia yang tumbuh dengan pesat diikuti dengan banyak bermunculan situs e-commerce yang merubah budaya dan gaya berbelanja masyarakat menjadi serba *online*. Pertumbuhan pasar e-commerce ini harus dibarengi dengan pelayanan yang akan diberikan kepada konsumennya secara baik agar konsumen merasa puas ketika bertransaksi kepada perusahaan. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen berbelanja online pada situs jual beli Lazada, Zalora, dan Mataharimall.

Variabel *independent* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Website Design, Security, Information Quality, Payment Method, E-service Quality, Product Quality, Product Variety, Delivery Service* dan variabel *dependent* adalah *Customer Satisfaction*.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Lazada, Zalora, dan Mataharimall yang berada di wilayah Provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur dengan jumlah responden sebanyak 400 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling* yaitu *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data regresi berganda dan teknik analisis deskriptif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *website design, information quality, product variety, delivery service* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja *online*.

Kata kunci : *website design, information quality, product variety, delivery service, security, product quality, e-service quality, payment method, customer satisfaction.*