

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manfaat yang dirasakan, mobilitas dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi atau situs perdagangan elektronik Shopee di Jakarta. Sampel yang digunakan adalah 120 pengguna aplikasi atau situs perdagangan elektronik Shopee. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*. Metode *non-probability sampling* yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survei, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa variabel independen yaitu manfaat yang dirasakan, mobilitas dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Manfaat yang Dirasakan, Mobilitas, kepercayaan, Kepuasan Konsumen, Shopee.



ABSTRACT

This study aims to examine the effect of perceived usefulness, mobility and trust on Shopee consumer satisfaction. The population in this research is users of the application or Shopee e-commerce site in Jakarta. The sample used is 120 users of the application or Shopee e-commerce site. The sampling method used in this research is non-probability sampling. The non-probability sampling method used in this research is purposive sampling. The data collection method used a survey method, with the research instrument being a questionnaire. Data analysis method using Partial Least Square. This study proves that the independent variables namely perceived usefulness, mobility and trust have a significant effect on the dependent variable, namely consumer satisfaction.

Keywords: Perceived Usefulness, Mobility, Trust, Customer Satisfaction, Shopee.

