

ABSTRAK

E-commerce juga dapat diartikan sebagai aktivitas pembelian, penjualan pemasaran serta pelayanan atas produk atau jasa yang ditawarkan melalui internet. Kunjungi pada tahun 2021 adalah Tokopedia sebanyak 158,1 juta dan disusul Shopee dengan pengunjung sebanyak 134,4 juta. Hal ini menunjukkan bahwa dua *e-commerce* tersebut yaitu Tokopedia dan Shopee sangat diminati oleh masyarakat pada saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan dan Keamanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis *Online Shop* Shopee dan Tokopedia di Kabupaten Sampang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif, variabel yang digunakan yaitu variabel harga (X1), kemudahan penggunaan (X2), dan keamanan (X3). Metodologi penelitian yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software IBM SPSS versi 25. Sampel yang digunakan 125 responden.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh dengan nilai positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,005 < 0.05$. Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh dengan nilai positif dengan nilai signifikansi $0,003 < 0.05$. Keamanan berpengaruh dengan arah positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi $0,000 < 0.05$. Dan secara simultan pengaruh harga, kemudahan penggunaan dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai yang signifikansi sebesar 0,000.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Harga, Kemudahan Penggunaan, Keamanan, *Online Shop*.

ABSTRACT

E-commerce can also be interpreted as buying, selling, marketing and service activities for products or services offered via the internet. visited in 2021 were Tokopedia with 158.1 million and followed by Shopee with 134.4 million visitors. This shows that the two e-commerce sites, namely Tokopedia and Shopee, are in great demand by the public at this time. This study aims to analyze the effect of Price, Ease of Use and Security on Consumer Satisfaction in the Online Shop Shopee and Tokopedia Businesses in Sampang Regency.

This research is a descriptive quantitative research, the variables used are price (X1), ease of use (X2), and security (X3). The research methodology used was multiple linear regression analysis using IBM SPSS version 25 software. The sample used was 125 respondents.

The results of this study indicate that price has a positive influence on customer satisfaction with a significance value of $0.005 < 0.05$. Ease of use has an influence with a positive value with a significance value of $0.003 < 0.05$. Security has a positive effect on customer satisfaction with a significance value of $0.000 < 0.05$. and simultaneously the effect of price, ease of use and security affect customer satisfaction with a significant value of 0,000.

Keywords: Consumer Satisfaction, Price, Ease of Use, Security, Online Shop