

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi ketidakpuasan belanja *online* di Blibli, Bukalapak, JD.ID, Lazada, Shopee dan Tokopedia terkait *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy* dan *Trust* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy* dan *Trust* terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di aplikasi toko *online* Blibli, Bukalapak, JD.ID, Lazada, Shopee dan Tokopedia.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non probability sampling* dengan jenis *sampling purposive*, dan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy* dan *Trust* terhadap kepuasan konsumen.

Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *Effort Expectancy*, dan *Trust* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kemudian secara simultan menunjukkan bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy* dan *Trust* terhadap kepuasan konsumen. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel *Effort Expectancy*, *Performance Expectancy*, *Self-Efficacy* dan *Trust* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sebesar 76,7%. Sedangkan sisanya 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci:

Effort Expectancy, Performance Expectancy, Self-Efficacy, Trust dan Kepuasan Konsumen