

ABSTRAK

Permasalahan yang sering terjadi pada situs *e-commorce* saat ini berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap belanja *online* di Tokopedia, Lazada dan Bukalapak. kepuasan konsumen yang di tawarkan oleh perusahaan *e-commorce* tidak sesuai dengan realitanya yang terjadi. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh minat beli ulang belanja *online* di Tokopedia, Lazada dan Bukalapak terhadap minat beli dan untuk mengetahui hubungan antara kepuasan pengguna terhadap minat beli Tokopedia, Lazada dan Bukalapak. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode *pieces* yaitu: *Performance* (Kinerja), *Information* (Informasi), *Economic* (Ekonomi), *Control* (Pengendalian), *Effeciency* (efesien) dan *Service* (Layanan). Hasil penelitian ini untuk Tokopedia *Performance* skor 3,85 *Information* skor 3,89 *Economic* skor 3,95 *Control* skor 4,05 *Effeciency* skor 3,91 dan *Service* skor 3,96, Untuk Lazada *Performance* skor 3,87 *Information* skor 3,87, *Economic* skor 3,93 *Control* skor 3,98, *Effeciency* 3,94 dan *Service* skor 3,97 dan hasil Bukalapak *Performance* skor 4,6, *Information* skor 3,95, *Economic* skor 4,01, *Control* skor 4,03, *Effeciency* skor 3,98 dan *Service* skor 4,09. Tokopedia hasil *R Square* sebesar 0,711 atau 71,1% berarti hubungan antara (X) Kepuasan konsumen dengan (Y) minat beli sebesar 71,1% dan sisa 29,9% di luar dari penelitian. untuk Lazada hasil *R Square* sebesar 0,674 atau 67,4% berarti hubungan antara (X) Kepuasan konsumen dengan (Y) minat beli sebesar 67,4% dan sisa 32,6% di luar dari penelitian. untuk Bukalapak hasil *R Square* sebesar 0,627 atau 62,7% berarti hubungan antara (X) Kepuasan konsumen dengan (Y) minat beli sebesar 62,7% dan sisa 37,3% di luar dari penelitian. Kesimpulan bahwa yang terbaik dari ke 3 toko *online e-commore* untuk kepuasan konsumen di kota Bandung adalah Bukalapak.

Kata kunci: *Pieces*, Kepuasan konsumen, Minat beli ulang