

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor – faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pengguna perempuan pada Shopee di kota Semarang dengan menganalisis beberapa pengaruh seperti *User Experience* , Kelengkapan Produk , Persepsi Harga , dan Promosi dengan Kepuasan pelanggan sebagai variabel Intervening.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 135 Pengguna perempuan pada Shopee yang pernah berbelanja pada Shopee dalam kurun waktu 1 tahun terakhir . Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan secara online , kemudian dilakukan analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *User Experience*, Kelengkapan Produk , Persepsi Harga, dan Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan .Lalu , Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menunjukkan bahwa Kelengkapan Produk menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dibandingkan variabel yang lainnya.

Kata kunci : *User Experience*, Kelengkapan Produk , Persepsi Harga , Promosi , Kepuasan Pelanggan , Keputusan Pembelian.