**ABSTRAK**

 Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Kepercayaan Konsumen Situs Jual Beli *Online* Indonesia. Situs Jual Beli *Online* Lazada Indonesia adalah perusahaan yang bergerrak dibidang *e-commerce*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif. Objek penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja *online* di Lazada Indonesia dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis jalur (*path analysis*), korelasi berganda, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara simultan adalah sebesar 624,819. Sedangkan secara parsial dalam struktur I kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen, karena berdasarkan perhitungan *standardized coefficients beta* memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 0,629 dibandingkan kualitas pelayanan. Sedangkan dalam struktur II kualitas pelayanan menjadi variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepercayaan konsumen, karena berdasarkan perhitungan *standardized coefficients beta* memiliki nilai tertinggi yaitu sebesar 0,461 dibandingkan kualitas produk dan kepuasan konsumen.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen kepercayaan konsumen.