

Abstrak

Penggunaan Internet khususnya di negara Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dengan meningkatnya pengguna Internet di Indonesia turut serta berperan dalam meningkatkan transaksi belanja online atau kegiatan perdagangan secara elektronik (*e-commerce*). Fenomena kegiatan transaksi belanja *online* didukung dengan bermunculannya perusahaan internet yang menyediakan jasa berupa *website e-commerce*, salah satunya adalah Tokopedia yang memfasilitasi baik penjual maupun pembeli untuk bertransaksi secara *online* melalui *website Tokopedia.com* secara gratis. Akan tetapi pada kenyataannya, terdapat kecenderungan atau potensi berpindahnya pelanggan Tokopedia untuk menggunakan layanan dari perusahaan *e-commerce* lainnya yang menyediakan layanan yang serupa.

Maka dari itu, perlu dilakukan penelitian analisis kepuasan pelanggan melalui penilaian pelanggan terkait dengan kualitas *website*. Dengan tujuan, perusahaan dapat mengevaluasi dan mengoptimalkan layanan yang telah diberikan Tokopedia kepada pelanggan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dimensi *webqual* yang terdiri dari *usability*, *information quality* dan *interaction quality*. Selain itu penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis deskriptif kuantitatif serta menggunakan alat pengolahan data, *Costumer Satisfaction Index (CSI)* serta *Importance Performance Analysis (IPA)*. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan menyebarkan kuisisioner *online* kepada 385 responden yang pernah mengunjungi dan melakukan transaksi pada situs Tokopedia.

Hasil penelitian berdasarkan *CSI* menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan Tokopedia berada pada kategori puas, kemudian berdasarkan *IPA* dalam bentuk diagram kartesius menunjukkan bahwa terdapat satu atribut yang perlu diperbaiki, 12 atribut yang perlu dipertahankan dan sembilan atribut yang perlu dikurangi prioritasnya.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut maka pihak Tokopedia dapat memprioritaskan perbaikan khususnya pada atribut mengenai informasi yang belum dirasakan akurat oleh pelanggan.

Kata Kunci: Tokopedia, *Webqual*, *Usability*, *Information Quality*, *Interaction*

Quality