

## ABSTRAK

Berkembangnya pengguna internet di Indonesia, maka membuat terciptanya suatu peluang usaha baru seperti perbelanjaan dengan metode baru sebagai salah satu peluang bisnis untuk zaman sekarang. Saat ini terdapat beberapa orang yang menciptakan suatu situs perbelanjaan online atau yang biasa kita kenal dengan sebutan *e-commerce*.

Dengan jumlah rata-rata pengunjung (*average visit duration*) paling kecil dibanding kompetitor, sedangkan pada 2021 Blibli.com masih pada top 5 *e-commerce* terbaik di Indonesia, tetapi adanya penurunan drastis angka rata-rata lama pengunjung (*average visit duration*), maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh *web quality* terhadap kepuasan pengguna Blibli.com.

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan melakukan pengumpulan data primer pengguna *e-commerce* Blibli.com sebanyak 384 responden dengan menyebarkan kuesioner. Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan teknik pengolahan data memakai analisis dekriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan bantuan *software* IBM SPSS versi 26.

Hasil uji deskriptif pada penelitian ini menunjukkan bahwa *security, ease of use, information, user interface* dan *privacy* berada dalam kategori “Setuju”. Hasil dari uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel berpengaruh kepada kepuasan pengguna pada *website* Blibli.com di Indonesia dengan nilai persentase sebesar 46,5%.

Pada hasil uji F *security, ease of use, information, user interface* dan *privacy* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pengguna dari *website* Blibli.com yang ada di Indonesia. Diharapkan Blibli dapat meningkatkan sistem transaksi pembayaran elektronik pada *website* Blibli.com agar pengguna merasa aman dan juga dapat meningkatkan kepuasan pengguna *website* Blibli.com.

Kata Kunci: *E-commerce, Kepuasan Pengguna, Web Quality*